

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP
BENTUK EKSISTENSI DIRI SISWA SISWI
SMA NEGERI 10 MAKASSAR**



Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Jurusan Ilmu Komunikasi
pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar

Oleh:

MUJIATI SAFAR
NIM: 50700116078

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AIAUDDIN MAKASSAR
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mujiati Safar
Nim : 50700116078
Tempat/Tgl. Lahir : Makassar, 30 Mei 1997
Jur/Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi
Fakultas/Program : Dakwah dan Komunikasi
Alamat : Jl. Tamangapa Raya No. 302 Makassar
Judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap
Bentuk Eksistensi Diri Siswa Siswi SMA Negeri 10
Makassar

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karena batal demi hukum.

Gowa, 18 Januari 2021

Penyusun,

Mujiati Safar

NIM: 50700116078

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ALAUDDIN

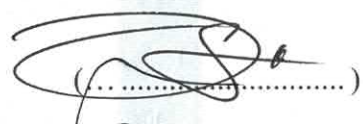
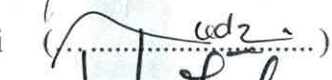




M A K A S S A R

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Bentuk Eksistensi Diri Siswa Siswi SMA Negeri 10 Makassar”, yang disusun oleh Mujiati Safar, NIM: 50700116078, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Senin, tanggal 18 Januari 2021 M, bertepatan dengan 5 Jumadil Akhir 1442 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi, jurusan Ilmu Komunikasi.

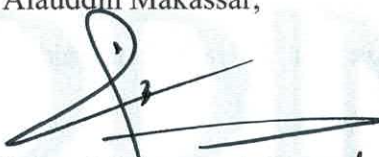
Gowa, 18 Januari 2021 M.
5 Jumadil Akhir 1442 H.

DEWAN PENGUJI:

Ketua	: Dr. Asni Djamereng, M.Si	
Sekretaris	: Mudzhirah Nur Amrullah, S.Sos., M.Si	
Munaqisy I	: Dr. Abdul Halik, S.Sos., M.Si	
Munaqisy II	: Hasbullah Mathar, S.Hi., S.Sn., MM,	
Pembimbing I	: Dr. Nurhidayat Muh Said., M.Ag	
Pembimbing II	: Hj. Andi Fauziah Astrid, S.Sos., M.Si	

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar,


Dr. Firdaus Muhammad, M.Ag
NIP. 19760220 200501 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، نَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ، أَمَّا بَعْدُ.

Segala puji bagi Allah swt penulis panjatkan karena berkat rahmatnya penulis mampu melaksanakan dan menyelesaikan tugas skripsi ini sebagaimana mestinya. Sholawat serta salam penulis panjatkan kepada Rasulullah Muhammad saw beserta sanak keluarga dan sahabatnya yang merupakan pilar meluasnya ilmu pengetahuan di muka bumi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala. Namun, berkat bimbingan, bantuan, dan kerja sama dari seluruh pihak yang telah meluangkan waktu dan tenaganya serta atas kehendak Allah swt sehingga segala yang menjadi kendala penulis dapat diatasi dengan baik.

Dengan selesainya skripsi ini, bukan hanya niat penulis itu sendiri akan tetapi semua itu tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Dari seluruh orang-orang terkasih penulis, orang tua, kakak-kakak penulis, dosen pembimbing, sahabat dan para siswa siswi di lokasi tempat penelitian penulis. Semua ini tidak akan terjadi jika bukan atas kehendak dari Maha Kuasa yang telah memberikan Ridho-Nya melalui mereka sehingga skripsi ini selesai dengan baik.

Perjuangan untuk mencapai pendidikan setinggi mungkin tentu tidak hanya sampai disini. Penulis akan terus menuntut ilmu hingga ketempat yang sulit dijangkau sekalipun demi memenuhi naluri penuntut ilmu penulis. Sebagaimana yang selalu ditanamkan oleh orang tua dalam benak penulis tentang betapa pentingnya menuntut ilmu dan mengenyam pendidikan demi kelangsungan hidup dan masa depan yang lebih baik. Melalui lembar ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Prof. Drs. Hamdan Juhanis M.A, Ph.D, Wakil Rektor I (Bid. Akademik Pengembangan Lembaga) Prof. Dr. Mardan, M.Ag, Wakil Rektor II (Bidang Adm. Umum dan Perencanaan Keuangan) Dr. Wahyuddin, M. Hum, Wakil Rektor III (Bid. Kemahasiswaan) Prof. Dr. Darussalam, M.Ag, dan Wakil Rektor IV (Bid. Kerjasama dan Pengembangan Lembaga) Dr. H. Kamaluddin Abunawas, M. Ag.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Dr. Firdaus Muhammad, MA, Wakil Dekan I Dr. Irwan Misbach, SE., M.Si., Wkll Dekan II Dr. Hj. Nurlaelah Abbas, Lc, MA., Wakil Dekan III Dr. Irwanti Said, M.Pd.
3. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Dr. Asni Djamereng M.Si dan Sekretaris Jurusan Mudzhirah Nur Amrullah S.Sos, M.Si yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan motivasi selama penulis menempuh kuliah berupa ilmu, nasehat serta pelayanan sampai penulis dapat menyelesaikan kuliah tepat waktu.
4. Pembimbing I Dr. Nurhidayat Muh Said.,M.Ag dan Pembimbing II Hj. Andi Fauziah Astrid, S.Sos.,M.Si yang telah meluangkan waktu dan tenaga, pikiran dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Munaqisy I Dr. Abdul. Halik, S.Sos.,M.Si. dan Munaqisy II Hasbullah Mathar, S.Hi., S.Sn., MM, yang telah memberikan kritik dan saran kepada penulis dengan tujuan untuk perbaikan dalam menyelesaikan skripsi.
6. Dosen-dosen ilmu komunikasi UIN Alauddin Makassar yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Staf Jurusan Ilmu Komunikasi dan staff akademik, serta pegawai Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar yang banyak membantu dalam pengurusan ujian sarjana penulis. Terima kasih juga kepada Pustakawan pusat dan fakultas yang telah banyak membantu dalam penyediaan referensi tulisan yang berkaitan dengan skripsi penulis.
8. Kepada seluruh guru-guru SMA Negeri 10 Makassar terima kasih yang telah membantu dalam melaksanakan penelitian penulis dan juga kepada siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi responden dalam penelitian ini untuk mengisi kuesioner penulis.
9. Kepada seluruh pihak yang telah ikut membantu saya yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, terutama untuk adik-adik di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
10. Teruntuk yang paling terakhir dan paling istimewa terima kasih ku ucapkan dan kupersembahkan tulisan ini untuk kalian. Kedua orang tua saya tercinta. Ibu saya tercinta Lawiah dan bapak saya yang terhebat Safaruddin. Terima kasih untuk segala kasih sayangnya yang tak pernah berhenti untuk saya hingga hari ini.

Sosok yang selalu jadi motivasi dan inspirasi untuk saya hingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini. Memberikan dukungan melalui doa-doanya. Tidak lupa juga untuk saudara-saudara saya yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan berupa materi. Kakak saya Mursalin Sapor dan Musdalifah Sapor sebagai sumber penyemangat terbesar hingga saya mampu menyelesaikan studi ini.

وَالسَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

Gowa, 18 Januari 2021

Penyusun,

Mujiati Safar
50700116078

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xiii
ABSTRAK	xvii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1-13
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian.....	7
D. Kajian Pustaka.....	10
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
 BAB II TINJAUAN TEORITIS.....	 14-38
A. Media Sosial Sebagai Pondasi Teoritis.....	14
B. New Media.....	23
C. Media Sosial.....	24
D. Instagram.....	27
E. Eksistensi Diri	30
F. Teori <i>Uses and Gratifications</i>	34
G. Hipotesis	36
H. Kerangka Penelitian	36
I. Hubungan Islam dan Sosial Media	37
 BAB III METODE PENELITIAN	 39-51
A. Jenis dan Lokasi Penelitian	39
B. Pendekatan Metodologi dan Keilmuan	40
C. Populasi dan Sampel	40
D. Metode Pengumpulan Data.....	43
E. Instrumen Penelitian.....	45
F. Validasi dan Reliabilitas Instrumen	46

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52-76
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
B. Hasil Penelitian	54
C. Analisis Data	70
D. Pembahasan.....	72
1. Faktor yang mendorong siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar dalam menggunakan media sosial instagram terhadap bentuk eksistensi diri	72
2. Besar pengaruh penggunaan instagram terhadap bentuk eksistensi diri siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar	73
3. Hubungan Penelitian Dengan QS al-Qasas ayat 77	75
BAB V PENUTUP	77-78
A. Kesimpulan	77
B. Implikasi Penelitian	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	83
RIWAYAT HIDUP.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Definisi Operasional.....	9
Tabel 1.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Jumlah Siswa Siswi SMA Negeri 10 Makassar	41
Tabel 3.2 Tabel Skala Likert	44
Tabel 3.3 Isi Angket	45
Tabel 3.4 Hasil Uji Validasi Angket	46
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan Instagram.....	48
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Eksistensi Diri.....	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.3 Indikator Durasi 1.....	56
Tabel 4.4 Indikator Durasi 2.....	56
Tabel 4.5 Indikator Frekuensi 1.....	57
Tabel 4.6 Indikator Frekuensi 2.....	58
Tabel 4.7 Indikator Frekuensi 3.....	58
Tabel 4.8 Indikator Kognitif 1.....	59
Tabel 4.9 Indikator Kognitif 2.....	59
Tabel 4.10 Indikator Kognitif 3.....	60
Tabel 4.11 Indikator Kognitif 4.....	61
Tabel 4.12 Indikator Afektif 1.....	61
Tabel 4.13 Indikator Afektif 2.....	62
Tabel 4.14 Indikator Afektif 3.....	63
Tabel 4.15 Indikator Afektif 4.....	63

Tabel 4.16 Indikator Kepercayaan Diri 1	64
Tabel 4.17 Indikator Kepercayaan Diri 2	65
Tabel 4.18 Indikator Kepercayaan Diri 3	65
Tabel 4.19 Indikator Kepuasan 1	66
Tabel 4.20 Indikator Kepuasan 2	67
Tabel 4.21 Indikator Kepuasan 3	67
Tabel 4.22 Indikator Keterkenalan/Popularitas 1	68
Tabel 4.23 Indikator Keterkenalan/Popularitas 2	68
Tabel 4.24 Indikator Mengikuti Gaya Trend 1	69
Tabel 4.25 Indikator Mengikuti Gaya Trend 2	70
Tabel 4.26 Model Summary	71
Tabel 4.27 Hipotesis	72





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2020.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Teori	36



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya kedalam huruf latin dapat dilihat pada table berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Shad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	Ḍ	Dè (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Dza	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Apostrof terbaik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha	H	Ha
أ	Hamzah	’	Apostrof
ي	ya’	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda(ˆ).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Haruf Latin	Nama
ـَ	<i>FATHAH</i>	<i>A</i>	<i>A</i>
ـِ	<i>KASRAH</i>	<i>I</i>	<i>I</i>
ـُ	<i>DAMMAH</i>	<i>U</i>	<i>U</i>

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat atau huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
	Dammah dan wau	U	u dan garis di atas

4. Ta'Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua, yaitu: *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, yang transliterasinya adalah [t].

sedangkanta *marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukuntrans literasinyaadalah [n].

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid*, dalam transliterasinya ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Jika huruf(ﻯ), maka ia ditransliterasikan seperti huruf maddah (i).

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ﻻ (*aliflam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrop hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab ia berupaalif.

8. Penelitian Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Alquran (dari Alquran), sunnah, khusus danumum. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu

rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

9. Lafz al-Jalalah(الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudafilaih* (frase nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada lafz al-Jalalah, ditransliterasi dengan huruf [t].

10. Huruf Kapital

Walau system tulisan Arab tidak mengenal huruf capital (*Allcaps*), dalam trans literasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf capital berdasarkan pedoman ejaan bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf capital, misalnya digunakan untuk menuliskan huruf awal nama dari (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (AL-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK DP, CDK dan DR).



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

ABSTRAK

Nama : Mujiati Safar
NIM : 50700116078
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Bentuk Eksistensi Diri Siswa Siswi SMA Negeri 10 Makassar

Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengetahui faktor yang mendorong siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar dalam menggunakan media sosial instagram dalam hal eksistensi diri, dan (2) Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap bentuk eksistensi diri siswa siswi SMAN 10 Makassar.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskripsi kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif. Deskripsi kuantitatif adalah menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu yang akan dilakukan pada siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar. Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* (sampel bertujuan) untuk menentukan sampel. Teknik pengumpulan data dengan jumlah 77 responden dalam penelitian ini yaitu survei dengan menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu uji hipotesis.

Hasil penelitian yaitu (1) Faktor yang mendorong siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar dalam menggunakan instagram terhadap bentuk eksistensi diri yaitu faktor kepercayaan diri, tingkat kepercayaan dirinya semakin meningkat saat mereka mengunggah foto di akun media sosial instagramnya, percaya diri bahwa semakin banyak mereka mengunggah foto semakin banyak yang like. faktor kepuasan, saat menggunakan media sosial instagram, mereka merasa puas karena banyak yang like foto mereka dari pengguna instagram lain, puas karena memiliki banyak teman. faktor ketenaran/populer, mereka menggunakan media sosial instagram agar mereka dikenal oleh pengguna lainnya dan agar selalu terlihat di dunia maya. Faktor mengikuti gaya trend dengan cara mengenakan pakaian atau barang yang bagus agar terlihat menarik. (2) Besarnya pengaruh penggunaan instagram terhadap bentuk eksistensi diri siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar dapat dilihat pada tabel model summary yaitu besarnya nilai koefisien determinasi (R^2 Square) atau R^2 adalah 0,575 atau sama dengan 57,5%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 57,5%. Sedangkan sisanya 42,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari penelitian.

Implikasi yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu diharapkan kepada siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar agar menggunakan media sosial bukan hanya untuk eksis di dunia maya agar selalu terlihat menarik tapi gunakanlah juga media sosial untuk berkomunikasi kepada sesama pengguna media sosial dan untuk peneliti selanjutnya mengenai pengaruh penggunaan instagram terhadap eksistensi diri diharapkan menganalisa lebih mendalam lagi karena masih banyak yang dapat digali dan diteliti dari pengaruh penggunaan instagram terhadap eksistensi diri.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi dan informasi saat ini semakin berkembang. Hal ini terjadi karena bentuk dan perubahan gaya hidup yang dihasilkan dari globalisasi yang terjadi pada masyarakat. Gaya hidup sekarang yang terjadi di masyarakat bukan lagi semata-mata karena gejala yang terjadi di Barat.

Internet dalam era informasi telah menempatkan dirinya sebagai salah satu pusat informasi yang dapat diakses dari berbagai tempat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Internet disebut sebagai pusat informasi bebas hambatan karena dapat menghubungkan satu situs informasi ke situs informasi lainnya dalam waktu yang singkat.¹

Internet sendiri merupakan suatu *network* (jaringan) yang menghubungkan setiap komputer yang ada di dunia dan membentuk suatu komunitas maya yang dikenal sebagai *global village* (desa global). Jika kertas dalam surat kabar dapat disentuh dan diraba oleh indra manusia demikian pula radio dapat didengar telinga dan televisi tidak hanya didengar juga dapat dilihat. Maka internet sebuah jaringan yang membentuk komunitas maya dan tidak ada satu pun manusia yang dapat pergi ke desa global itu.² Kemajuan teknologi ini dapat membuat masyarakat tidak bisa terlepas olehnya, terdapat banyak informasi dari berbagai belahan dunia yang didapatkan secara langsung melalui jaringan sosial internet baik yang bersifat positif

¹ Miskahuddin, "Pengaruh Internet Terhadap Penurunan Minat Belajar Mahasiswa", Jurnal Mudarrisuna, Vol. 7 No. 2, Juli-Desember 2017, h. 297.

²Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Kalayak Massa* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), h. 76.

maupun negatif. Pengguna media sosial dapat dengan mudah mengakses internet baik dengan melalui *smartphone*, laptop/*notebook*, komputer, ataupun warnet.

Muncul dan berkembangnya internet membawa cara komunikasi baru di masyarakat. Media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini. komunikasi tak terbatas jarak, waktu, ruang. Bisa terjadi dimana saja, kapan saja, tanpa harus tatap muka.³

Belakangan ini muncul berbagai macam sosial media seiring dengan kemajuan teknologi seperti misalnya Friendster, Facebook, Twitter, Path, Instagram, Cacaotalk, Whatsapp dan lain-lain.⁴

Salah satu jenis dari media sosial yang banyak digunakan pada saat ini adalah instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. nama Instagram berasal dari kata “instan”, sedangkan “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain secepat mungkin.⁵

Kebanyakan orang saat ini menggunakan media sosial instagram tidak lain sebagai ajang untuk eksis atau menunjukkan keberadaannya di dunia maya. Setiap orang berlomba-lomba untuk menampilkan dirinya kepada dunia maya seperti mengupload foto di akun media sosialnya atau membuat *history* agar selalu *update*,

³Errika Dwi Setya Watie, “Komunikasi dan Media Sosial (*Communications and Social Media*)”, The Messenger, Vol. III No. 1, Edisi Juli 2011, h. 69.

⁴Fauzi Syarief, “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (*Analisis Wacana Twitter SBY*)”, Jurnal Komunikasi, Vol. VIII No. 3, September 2017, h. 262.

⁵Nurudin, *Media Sosial Baru Dan Memunculkan Revolusi Proses Komunikasi*, (Yogyakarta: DPPM DIKTI, 2012), h. 54.

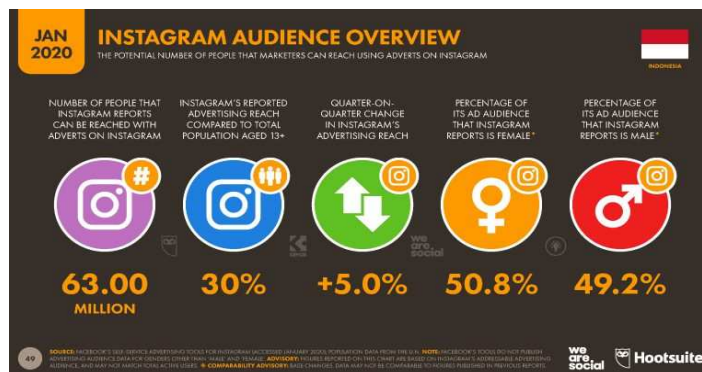
seseorang selalu ingin mengungkapkan kepada orang lain bahwa inilah dirinya, mereka hanya sekadar ingin menunjukkan eksistensi dirinya kepada orang lain.

Menurut penelitian yang dilakukan We Are Social, perusahaan media asal Inggris yang bekerja sama dengan Hootsuite, keberadaan sosial media mempengaruhi serta mengubah kebiasaan dan cara pandang masyarakat akan banyak hal. Tidak hanya pengaruhnya yang besar, aktivitas masyarakat saat ini pun banyak yang menggantungkan hidup dari media sosial. Pada akhirnya media sosial menjadi poros eksistensinya. Sisi kebiasaan masyarakat juga sangat terikat dengan sosial media. Contoh orang yang pergi ke restoran. Sekarang ini restoran bukan hanya memenuhi kebutuhan manusia dalam urusan perut, tapi juga masalah eksistensi. Masuk restoran selfi, sebelum makan instastory dulu, setelah makan buat boomerang video di instagram. Tidak hanya itu, saat masyarakat kota hendak pergi ke taman kota, tujuannya tidak lagi untuk bersosialisasi saja, tapi juga bentuk eksistensi terhadap sosial media.⁶

Jumlah pengguna instagram di Indonesia pada tahun 2020 sebanyak 63 juta jiwa yang dimana pengguna media sosial instagram lebih banyak digunakan oleh perempuan dibandingkan laki-laki.

Ringkasan pengguna instagram di Indonesia tahun 2020 dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 1.1
Pengguna instagram di Indonesia tahun 2020



Sumber: We Are Social

⁶Tari Ummu Hamzah, "Media Sosial: Selfi, Unjuk Diri, atau Eksistensi?", <http://m.voa-islam.com/news/smart-teen/2019/09/29/60306/media-sosialselfiunjuk-diriatau-eksistensi> (diakses, 30/09/2019).

Jumlah pengguna instagram di Indonesia tahun 2020: 63 juta jiwa. Prosentase pengguna instagram berjenis kelamin perempuan: 50,8%, prosentase pengguna instagram berjenis kelamin laki-laki: 49,2%.⁷

Pertumbuhan pengguna media sosial instagram saat ini yang ada di Indonesia semakin bertambah karena adanya pengenalan internet kepada para remaja atau pelajar. Adanya pengenalan jaringan internet, maka semakin banyak yang menggunakan media sosial instagram sebagai sarana untuk berkomunikasi dan saling mengenal satu sama lain. Bukan hanya berkomunikasi, instagram juga dapat digunakan untuk mengunggah foto atau membuat sebuah cerita dan lain sebagainya.

Terdapat beberapa perubahan yang ada pada intagram yatu *Dark Mode*, *Instagram Stories*, dan *Following activity*. *Dark Mode* yang terdapat pada instagram ini merupakan salah satu fitur yang ditunggu oleh para pengguna instagram karena fitur *dark mode* dapat menghemat daya baterai perangkat yang digunakan dan untuk mereduksi cahaya pada layar agar tidak merusak mata. Fitur ini muncul pada tahun 2019. Instagram *Stories*, setelah *dark mode*, instagram juga telah melakukan perubahan pada stories yang membuat pengguna mudah untuk mencari fitur yang menarik. Fitur baru ini yang muncul pada tahun 2016 menmbuat penggunanya bisa mengunggah banyak foto atau video dan juga bisa memainkan stiker dan bisa menggunakan GIF sebagai latar belakang postingan video cerita yang dibagikan. Setelah merilis fitur *dark mode* dan *instagram stories*, instagram juga melakukan perubahan pada instagram yaitu menghapus salah satu fitur, namanya *following activity*.⁸

⁷ <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>

⁸Roy Franedya, CNBC Indonesia, “*Refolusi Instagram, dari Dark Mode Hingga Fitur Baru Stories*”, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191011060409-37--106101/revolusi-instagram-dari-dark-mode-hingga-fitur-baru-stories/1> (diakses 11 october 2019, pukul 06:25).

Munculnya media sosial instagram dapat menjadikan para remaja atau pelajar menggemari media sosial instagram sebagai jejaring sosial untuk eksistensi dirinya dengan cara mengakses foto/video di dalamnya. Semakin meningkatnya pertumbuhan pengguna media sosial instagram di Indonesia, maka semakin banyak juga fitur-fitur yang diketahui oleh pengguna instagram.

Pada artikel di okezone.com, oleh Paul Webster, Brand Development Lead Instagram APAC pada tanggal 14 januari 2016 mengatakan yaitu sekitar 59% pengguna aktif pada instagram adalah mayoritas remaja/anak muda, terdidik, dan mapan yang selalu meng-*update* informasi atau pun mengunggah foto ke media sosial.⁹ Menurut informasi dari NapoleonCat, pengguna instagram tertinggi di Indonesia, 36,4 persen berusia antara 18 hingga 24 tahun.¹⁰

Pengguna instagram berada pada kalangan pelajar terdidik, seperti yang terdapat di Makassar. Pelajar yang menggunakan instagram tidak lain untuk eksis di dunia maya. Seperti yang terjadi pada siswa-siswi SMAN 10 Makassar mereka tidak asing lagi tentang media sosial terutama instagram. Mereka menggunakan media sosial instagram hanya untuk eksis di dunia maya dengan cara mengunggah foto-foto mereka di akun instagramnya.

Data SMA Negeri 10 Makassar yang telah didapatkan menunjukkan bahwa jumlah keseluruhan siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar sebanyak 1.050 siswa siswi.¹¹ Dari 1.050 siswa siswi hanya 67 orang yang tidak menggunakan instagram seperti yang terdapat di kelas X sebanyak 28 siswa yang tidak menggunakan

⁹<http://m.okezone.com/real/2016-1/14/2017/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-89persen>, diakses pada 11/2/2017 pukul 2:44 WIB.

¹⁰Hanadan Nurhayati-Wolff, "*Pengguna Instagram Indonesia 2021 menurut kelompok usia*", 18 Mei 2021. <https://www.statista.com/statistics/1078350/share-of-instagram-users-by-age-indonesia/>

¹¹ Wawancara dengan Kasim, November 2019 di SMA Negeri 10 Makassar.

instagram, di kelas XI sebanyak 16 siswa dan di kelas XII sebanyak 25 siswa. Jadi yang tidak menggunakan media sosial instagram hanya 67 siswa. Namun, dalam penelitian ini yang menjadi responden yaitu siswa siswi kelas XI yang dimana kelas XI MIPA sebanyak 250 siswa dan XI IPS sebanyak 90 siswa. Jadi, jumlahnya sebanyak 340 siswa.¹²

Dari data di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang instagram terhadap bentuk eksistensi diri pada siswa siswi SMAN 10 Makassar, karena data yang telah diperoleh peneliti di atas menunjukkan bahwa banyaknya siswa siswi yang aktif dalam menggunakan instagram dibandingkan yang tidak menggunakan instagram. Eksistensi diri ini merupakan keberadaan, pengakuan diri, merasa diakui, ingin terkenal, dan keren. Pengguna instagram di kalangan pelajar sangat penting baginya hanya untuk eksis di dunia maya dengan berbagai fitur-fitur yang ada di instagram agar terlihat menarik. Adapun penelitian ini berjudul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Eksistensi Diri Siswa-siswi SMAN 10 Makassar”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Faktor apa yang mendorong siswa siswi SMAN 10 Makassar dalam menggunakan media sosial Instagram untuk membentuk eksistensi diri ?
2. Seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap bentuk eksistensi diri siswa siswi SMAN 10 Makassar ?

¹² Wawancara oleh salah satu siswi SMA Negeri 10 Makassar, November 2019 di SMA Negeri 10 Makassar.

C. Defenisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.¹³
2. Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Bebrapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, dan Wikipedia.¹⁴
3. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri.¹⁵
4. Durasi mencakup gambaran seberapa lama individu mengakses internet dengan berbagai tujuan.
5. Frekuensi mencakup gambaran seberapa sering individu mengakses internet dengan berbagai tujuan.¹⁶
6. Kognitif adalah tingkat pengetahuan seseorang dalam melakukan sesuatu hal.
7. Afektif adalah perilaku yang menekankan aspek perasaan dan emosi, seperti minat, sikap, apresiasi, dan cara penyesuaian diri.

¹³<https://kbbi.web.id/pengaruh.html>.

¹⁴Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), h. 11.

¹⁵Rivan Aditya, "Sejarah dan Perkembangan Aplikasi Sosial Media Instagram", <https://www.gudangilmukomputer.com/2015/12/sejarah-dan-perkembangan-aplikasi-sosial-media-instagram.html?m=1> (diakses pada 13 Desember 2015).

¹⁶Ria Sabekti, Skripsi "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial (Jejaring Sosial) Dengan Kecenderungan Narsisme dan Aktualisasi Diri Remaja Akhir" (Universitas Airlangga Surabaya 2019), h. 53.

8. Eksistensi Diri adalah seseorang/individu yang ingin diakui keberadaannya, selalu ingin tampil/muncul, ingin menjadi diri sendiri dengan mengaktualisasikan dirinya.¹⁷
9. Kepercayaan diri merupakan salah satu syarat yang esensial bagi individu untuk mengembangkan aktivitas dan kreativitas sebagai upaya dalam mencapai prestasi.¹⁸
10. Kepuasan dapat diartikan perasaan puas dan senang individu karena harapan dan kenyataan sudah terpenuhi.
11. Ketenaran/popularitas, popularitas berarti ketenaran. Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia popularitas berarti ketenaran yang dimiliki seseorang.¹⁹
12. Mengikuti gaya trend adalah busana yang sedang digemari oleh sebagian besar masyarakat pada periode waktu tertentu.²⁰
13. Siswa siswi adalah istilah bagi peserta didik pada jenjang pendidikan dasar dan menengah.²¹ Siswa siswi dalam penelitian ini yaitu pelajar SMAN 10 Makassar kelas XI yang masih aktif.

¹⁷Dini Fitriawati & Maya Retnasary, *Eksistensi Diri Youtuber "Joneshood"*, Jurnal Signal Unswagati Cirebon, Bndung, Vol. 6, No. 1, 2018, h. 3.

¹⁸Asrullah Syam, Amri, *"Pengaruh Kepercayaan Diri (Self Confidence), Prestasi Belajar"*, Jurnal Blotek, Vol. 5 No. 1 Juni 2017, h. 91.

¹⁹Uwes Fatoni, Asep Mugni, *"Peran Kelompok Rujukan Dalam Meningkatkan Popularitas Mubaligh"*, Jurnal Al-Bayan, Vol. 24 No. 1 Januari – Juni 2018, h. 53.

²⁰Arantika Alfedha, Skripsi. *"Implikasi Trend Fashion Bagi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung"*, Jurusan: Pendidikan Agama Islam, 2018, h. 17.

²¹ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Peserta-didik>.

Table 1.1

Pengaruh Operasional

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
penggunaan Instagram (Variabel) X	Durasi	Lamanya menggunakan media sosial instagram	Likert
	Frekuensi	Tingkatt keseringan menggunakan instagram	Likert
	Kognitif	Tingkat pengetahuan dalam menggunakan Instagram	Likert
	Afektif	Perasaan yang dialami dalam menggunakan Instagram	Likert
Eksistensi Diri (Variabel) Y	Kepercayaan diri	Meningkatnya percaya diri saat mengunggah foto di Instagram	Likert
	Kepuasan	Keinginan untuk memperoleh kepuasan dari dirinya sendiri	Likert
	Ketenaran/popularitas	Merasa tenar/terkenal dalam menggunakan instagram saat mengunggah foto/video untuk mendapatkan like/followers	Likert
	Mengikuti gaya trend	Mengikuti gaya trend zaman sekarang dalam menggunakan Instagram	Likert

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2020

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu untuk dijadikan sebagai perbandingan guna mempermudah peneliti dalam mendapatkan informasi. Penelitian yang dimaksud yaitu:

1. Alboin Leonard PS (2016) dengan judul “Penggunaan Media Sosial Sebagai Eksistensi Diri (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Untuk Eksistensi Diri pada Mahasiswa FISIP UNS Tahun Ajaran 2015/2016)”. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode wawancara untuk menjalankan penelitian. Wawancara dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan metode wawancara mendalam. Hasil penelitiannya, media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mahasiswa FISIP UNS, hal ini terbukti dari seluruh informan yang dijadikan informan dalam penelitian ini menggunakan media sosial. Berkaitan dengan penggunaan media sosial sebagai sarana untuk eksistensi oleh mahasiswa FISIP UNS angkatan 2015, dapat terlihat dari berbagai fasilitas dalam media sosial. Salah satu diantaranya adalah media sosial yang sering digunakan sebagai sarana untuk ajang eksis dengan cara mengunggah foto *selfie*.²²
2. Siti Fauji (2018) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Pada Siswa-Siswi SMA Wachid Hasyim 1 Surabaya”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey. Penelitian ini menggunakan pendekatan atau metodologi kuantitatif. Hasil penelitiannya,

²²Alboin Leonard PS, Skripsi “*Penggunaan Media Sosial Sebagai Eksistensi Diri (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Untuk Eksistensi Diri pada Mahasiswa FISIP UNS Tahun Ajaran 2015/2016)*”, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2016).

bahwa besarnya pengguna Instagram di SMA Wachid Hasyim 1 Surabaya sebesar 100% namun yang sangat aktif di Instagram hanya 61,0% dengan ketentuan membuka instagram lebih dari 2 jam dan mengunggah foto/video lebih dari satu kali dalam sehari dan 34,1% aktif di instagram dengan kategori kurang dari 2 jam menggunakan instagram. Penelitian ini, peneliti menemukan pengguna Instagram membentuk eksistensi diri dengan banyak hal seperti, lebih sering mengunggah foto diri, bersama teman, keluarga dsb. Selain itu pengguna juga menyalurkan eksistensi melalui bakat-bakat atau hobi yang disertakan caption sesuai apa yang diinginkan pengguna pada hasil unggahan di Instagram.²³

Table 1.2

Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti.

No	Nama dan Judul Penelitian	Perbedaan Penelitian		Persamaan Penelitian
		Penelitian Terdahulu	Penelitian Peneliti	
1.	Alboin Leonard PS (2016). Judul: <i>“penggunaan Media Sosial Sebagai Eksistensi Diri (Study Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Untuk Eksistensi Diri pada Mahasiswa</i>	1. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam. 2. Subyek yang diteliti adalah Mahasiswa FISIP UNS angkatan 2015.	1. peneliti menggunakan pendekatan eksplanatif dengan metode survey. 2. Subyek yang akan diteliti adalah siswa-siswi SMAN 10 Makassar.	Objek penelitian mengenai media sosial yang di mana media sosial dijadikan sebagai sarana untuk ajang eksis dengan cara mengunggah foto.

²³Siti Fauji, Skripsi *“Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Pada Siswa-Siswi SMA Wachid Hasyim 1 Surabaya”*, (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya, 2018).

	<i>FISIP UNS Tahun Ajaran 2015/206)</i> ".			
2.	Siti Fauji (2018). Judul: <i>"Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Pada Siswa-Siswi SMA Wachid Hasyim 1 Surabaya"</i> .	1. Teknik sampling: probability sampling 2. Subyek penelitian adalah siswa-siswi SMA Wachid Hasyim 1 Surabaya kelas 1, 2,3.	1. Teknik sampling: nonprobability sampling. 2. Subyek penelitian adalah siswa-siswi SMAN 10 Makassar yang aktif menggunakan Instagram.	1. Metode penelitian survey. 2. Pendekatan atau metodologi kuantitatif.

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu:

- a. Untuk mengetahui faktor yang mendorong siswa siswi SMAN 10 Makassar dalam menggunakan media sosial Instagram dalam membentuk eksistensi diri
- b. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap bentuk eksistensi diri siswa siswi SMAN 10 Makassar

2. Adapun kegunaan dari penelitian ini yang ingin dicapai yaitu berupa kegunaan akademis dan kegunaan praktis sebagai berikut:

a. Kegunaan akademis

Kegunaan akademis yang diharapkan penulis, dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti dalam menambah wawasan mengenai pengaruh pengguna media sosial Instagram terhadap eksistensi diri siswa-siswi SMAN 10 Makassar.

b. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis yang diharapkan bagi penulis adalah bahwa semoga semua tahapan dalam penelitian yang diperoleh oleh penulis dapat memperluas wawasan sekaligus dapat memperoleh pengetahuan yang nyata/empirik mengenai pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap eksistensi diri siswa-siswi SMAN 10 Makassar.





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Media Sosial Sebagai Pondasi Teoritis

1. Media Massa

Definisi komunikasi massa sebenarnya sangat banyak, jenisnya juga beragam, tetapi dari sekian banyak definisi tersebut dapat dilihat adanya benang merah yang bisa dijadikan dasar untuk mengambil kesimpulan tentang pengertian apa itu komunikasi massa.

Definisi menurut John R Bittner (1989:11 dalam Elvinaro Ardianto 2007:3) “*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*”. “Komunikasi massa adalah pesan-pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang”.¹

Dari definisi di atas terlihat bahwa komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan media yang mana media tersebut dapat diterima oleh khalayak yang sangat besar dan tersebar di berbagai penjuru.

Herbert Blumer (1939, dalam Dennis Mc Quail, 2012) mendefinisikan massa sebagai jenis baru dari bentukan sosial dalam masyarakat modern, dan membandingkannya dalam bentuk lain, terutama kelompok, kerumunan, dan publik.²

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa).³

¹ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 4

² Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 5

³ Nurdin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), h. 3.

Sedangkan definisi media massa, antara lain yaitu: media massa merupakan alat atau media penyampai pesan dari proses komunikasi massa.⁴

Beberapa pengertian media massa yang ada, antara lain menurut pakar yaitu:

Kurniawan Junaedhie, “Media massa merupakan saluran yang digunakan oleh jurnalistik atau komunikasi massa. Tujuannya, memanfaatkan kemampuan teknik dari media tersebut, sehingga dapat mencapai khalayak dalam jumlah tak terhingga pada saat yang sama. Media massa dibagi menjadi dua menurut sifatnya, media massa tercetak dan media massa elektronik”.⁵

Jadi, pada dasarnya komunikasi massa adalah proses dimana pesan sampai ke khalayak melalui media massa, sedangkan media massa adalah alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan dalam komunikasi massa. Media massa merupakan saluran komunikasi yang memproduksi dan mendistribusikan berita, konten hiburan, visual art, dan produk budaya lainnya untuk sejumlah besar orang.⁶

2. Ciri-ciri Komunikasi Massa

Ciri-ciri komunikasi massa menurut Nurudin (2007:19-32), antara lain:

a. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga

komunikator dalam komunikasi massa bukan hanya satu orang, tetapi kumpulan orang. Artinya, gabungan antar berbagai macam unsur dan bekerja sama lain dalam sebuah lembaga.⁷

b. Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen

Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen atau beragam. Artinya, penonton televisi beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status

⁴ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 7

⁵ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 7.

⁶ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 8.

⁷ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 19.

sosial ekonomi, memiliki jabatan yang beragam, memiliki agama atau kepercayaan yang tidak sama pula.⁸

c. Pesannya bersifat umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukan pada khalayak yang plural.

d. Komunikasinya berlangsung satu arah

Dalam media cetak seperti koran, komunikasi hanya berjalan satu arah. Kita tidak bisa langsung memberikan respon kepada komunikatornya (media massa yang bersangkutan). Kalaupun bisa, sifatnya tertunda. Misalnya kita mengirimkan ketidaksetujuan pada berita itu melalui rubric surat pembaca. Jadi, komunikasi yang hanya berjalan satu arah akan member konsekuensi umpan balik (*feedback*) yang sifatnya tertunda atau tidak langsung (*delayed feedback*).⁹

e. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan

Dalam komunikasi massa ada keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan. Dimana komunikator dalam media massa berupaya menyiarkan informasinya secara serentak.

f. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Peralatan teknis yang dimaksud misalnya pemancar untuk media elektronik.¹⁰

⁸ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 21.

⁹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 25.

¹⁰ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 29

g. Komunikasi massa dikontrol oleh *Gatekeeper*

Gatekeeper atau yang sering disebut penapis informasi/palang pintu/penjaga gawang, adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa.¹¹

3. Fungsi Komunikasi Massa

Seperti halnya definisi komunikasi massa, fungsi komunikasi massa pun terdiri atas bermacam pendapat. Banyak definisis mengenai fungsi komunikasi massa, beberapa fungsi komunikasi massa yang dirangkum dari berbagai pendapat, antara lain; Dennis McQuail, Harold D. Lasswell, Charles Robert Wright, Jay Black dan Frederick C. Whithney, Onong Uchjana Effendy, John Vivian, Joseph R. Dominick, dan lain-lain.

a. Informasi

Yang dimaksud fungsi informasi adalah komunikasi massa menyediakan informasi tentang peristiwa yang terdapat di dalam masyarakat, baik nasional maupun internasional. Informasi adalah memberitahukan hal-hal penting yang terjadi di seluruh dunia. Fungsi informasi menyangkut berbagai bidang, semua peristiwa bisa menjadi sumber informasi. Informasi sangat dibutuhkan oleh khalayak, karena pada dasarnya semua manusia membutuhkan informasi. Iklan memberikan informasi tentang produk-produk kebutuhan hidup manusia.¹²

b. Pendidikan

Sumber yang utama dari pendidikan di masyarakat adalah sekolah atau perguruan tinggi, namun media juga melakukan fungsi yang dilakukan lembaga pendidikan. Media adalah pendidik seumur hidup bagi masyarakat. Mereka memberikan kita pengetahuan yang komprehensif dari topik yang

¹¹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 31.

¹² Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 17.

dipilih. Fungsi mendidik dalam komunikasi massa merupakan fungsi yang dilakukan komunikasi massa dalam memberikan pendidikan kepada masyarakat untuk berpikir kritis dan memiliki pengetahuan yang luas dalam bidang ekonomi, politik, hukum, sosial-budaya, termasuk pembinaan moral dan pendidikan budi pekerti.¹³

c. Hiburan

Fungsi menghibur dalam komunikasi massa dimaksudkan bahwa media massa menyajikan program hiburan bagi masyarakat, terutama untuk relaksasi, pengalihan perhatian, dan meredakan ketegangan sosial.¹⁴

d. Fungsi menakutkan¹⁵

- 1) Mengukuhkan sikap: menjadikan kepercayaan, sikap, nilai dan opini seseorang semakin kuat.
- 2) Mengubah Sikap: mengubah sikap seseorang yang netral agar mengikuti kehendak pihak-pihak tertentu melalui tayangan-tayangan atau tulisan-tulisan media massa.
- 3) Menggerakkan: dilihat dari sudut pandang iklan, fungsi terpenting dari media adalah menggerakkan para konsumen untuk bertindak (membeli).
- 4) Menawarkan etika atau sistem nilai tertentu: dengan mengungkapkan secara terbuka adanya penyimpangan tertentu dari suatu norma yang berlaku, media merangsang masyarakat untuk mengubah situasi.
- 5) Menganugraahkan status: seseorang yang namanya sering dimuat di media maka ia menjadi begitu penting dan terkenal.

¹³ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 18.

¹⁴ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 19.

¹⁵ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 19-20.

e. Fungsi Membius (*narcotizing*)

Fungsi *narcotizing* berarti bahwa apabila media menyajikan informasi tentang sesuatu, penerima percaya bahwa tindakan tertentu telah diambil. Sebagai akibatnya, pemirsa atau penerima terbius ke dalam keadaan tidak aktif, seakan-akan berada dalam pengaruh narkotika. Media massa yang tidak dikelola dengan baik yang hanya mengejar keuntungan materiil atau menjadi alat kekuasaan pihak-pihak tertentu, akan menghasilkan produk-produk yang dapat meresahkan masyarakat, seperti “racun” yang sangat berbahaya bila dikonsumsi oleh masyarakat luas.¹⁶

f. Menciptakan Rasa Kebersamaan

Salah satu fungsi komunikasi massa yang tidak banyak orang menyadarinya adalah kemampuannya membuat kita merasa menjadi anggota suatu kelompok. Misal: seorang pemirsa TV yang sedang sendirian, duduk di kamarnya menyaksikan televisi sambil menikmati makan malam. Program-program TV membuat si orang yang kesepian ini merasa menjadi anggota sebuah kelompok yang lebih besar.¹⁷

g. Fungsi Integrasi dan Empati

Media massa dapat juga menjadikan khalayak memiliki rasa empati sosial, yaitu dengan dipublikasikannya informasi atau cerita tentang kehidupan di daerah tertentu maka masyarakat memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, mengidentifikasikan diri dengan orang lain, dan meningkatkan rasa memiliki.¹⁸

¹⁶ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 20.

¹⁷ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 20.

¹⁸ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 21.

h. Transmisi Budaya

Komunikasi massa melestarikan dan mewariskan nilai-nilai sosial dari suatu generasi kepada generasi berikutnya. Melalui proses sosialisasi, anggota baru suatu masyarakat dapat belajar peranan orang lain di dalam masyarakat, sekaligus dapat mengerti posisi sosial dan menempatkan dirinya secara tepat di dalam pergaulan sosial. Sebagai dari pengalamannya ini tentunya dapat diperoleh melalui komunikasi massa yang sarat dengan berbagai informasi tentang berbagai peranan dan berbagai kegiatan anggota masyarakat.¹⁹

i. *Surveillance* (pengawasan)

Joseph R. Dominick (1999) dalam Vera²⁰ menyatakan, pengertian *Surveillance* merujuk kepada pengumpulan dan distribusi informasi mengenai kejadian-kejadian yang terjadi di lingkungan sekitar kita atau dapat dikatakan media massa sebagai alat untuk memonitor apa yang terjadi di sekitar masyarakatnya.

j. Meningkatkan Aktivitas Politik

Dengan seringnya seseorang mengonsumsi media massa, baik cetak maupun elektronik maka pengetahuannya akan bertambah, tak terkecuali dalam bidang politik, sehingga dapat meningkatkan kesadaran mereka untuk melakukan aktivitas politik.²¹

4. Efek Komunikasi Massa

Efek adalah pengaruh yang ditimbulkan oleh sebab/perbuatan. Efek komunikasi massa adalah hasil yang ditimbulkan sebagai akibat diterimanya suatu pesan melalui media massa.²² Efek adalah perubahan-perubahan yang terjadi di dalam diri *audience* akibat keterpaan pesan-pesan media. David Berlo

¹⁹ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 21.

²⁰ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 21.

²¹ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 22.

²² Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 36.

mengklasifikasikan efek atau perubahan dalam ranah pengetahuan, sikap dan perilaku nyata. Perubahan sikap biasanya didahului oleh perubahan pengetahuan. Efek diketahui melalui tanggapan khalayak (*response audience*) yang digunakan sebagai umpan balik (*feed back*). Jadi, umpan balik merupakan sarana untuk mengetahui efek.²³

Menurut Steven M. Chaffe (2004) dalam Elvinaro, efek media massa dapat dilihat dari tiga pendekatan. Pendekatan pertama adalah efek dari media massa yang berkaitan dengan pesan ataupun media itu sendiri. Pendekatan kedua adalah dengan melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa yang berupa perubahan sikap, perasaan dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai observasi terhadap khalayak (individu, kelompok, organisasi, masyarakat atau bangsa) yang dikenai efek komunikasi massa.²⁴

Nurudin mengutip dari Steven M Chaffe, efek/dampak pesan media massa meliputi dampak kognitif, dampak afektif, dampak behavioral (konatif).²⁵

a. Dampak Kognitif

Akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informative bagi dirinya. Dalam dampak kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya.

b. Dampak Efektif

Kalau dampak kognitif sampai pada tahap pengetahuan maka dampak afektif sudah melibatkan perasaan atau emosi. Dampak ini kadarnya lebih tinggi daripada dampak kognitif.

²³ Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Garsindo, 2000), h. 8.

²⁴ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 36.

²⁵ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 37.

c. Dampak Behavioral (konatif)

Dampak pesan media massa yang berupa pola-pola tindakan, kegiatan atau perilaku yang dapat diamati adalah dampak pesan media massa yang telah sampai pada tahap konatif. Dampak ini timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.²⁶

Adapun dampak positif dan dampak negatif media sosial menurut zukria dalam (Kairuni, N. 2016).

a. Dampak positif media sosial yaitu:²⁷

1. Mempermudah kegiatan belajar karena dapat digunakan sebagai sarana untuk berdiskusi dengan teman sekolah tentang tugas (mencari informasi).
2. Mencari dan menambah teman atau berteman kembali dengan teman lama. baik itu teman di sekolah, di lingkungan bermain maupun teman yang bertemu melalui jejaring sosial lain.
3. Menghilangkan kepenatan pelajar itu bisa menjadi obat stress setelah seharian bergelut dengan pelajaran di sekolah. Misalnya mengomentari situs orang lain yang terkadang lucu dan menggelitik, bermain game, dan lain sebagainya.

b. Dampak negatif media sosial yaitu:²⁸

1. Berkurangnya waktu belajar karena keasyikan menggunakan media sosial.
2. Mengganggu konsentrasi belajar di sekolah.

²⁶ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 39.

²⁷ Zukria, “*Dampak Positif dan Negatif Sosial Media*”, (<http://kindiboy.wordpress.com/> diakses pada 07 Oktober 2018).

²⁸ Zukria, “*Dampak Positif dan Negatif Sosial Media*”, (<http://kindiboy.wordpress.com/> diakses pada 07 Oktober 2018).

3. Merusak moral belajar karena sifat remaja yang labil, mereka dapat mengakses atau melihat gambar porno milik orang lain dengan mudah.
4. Mengabiskan uang jajan untuk mengakses internet.
5. Mengganggu kesehatan terlalu banyakmenatap layar handpone maupun computer atau laptop dapat mengganggu kesehatan.

B. New Media

Media baru (*new media*) merupakan alat atau sarana dalam menyampaikan pesan pada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau disebut juga sebagai jaringan teknologi komunikasi dan informasi. Yang termasuk kategori media baru adalah internet, website, computer multimedia. Tetapi, internet lebih dikenal sebagai media baru, sebenarnya internet merupakan salah satu bentuk media baru, media cetak mengandalkan percetakan (press), media elektronik mengandalkan sinyal transmisi, sedangkan media baru mengandalkan komputer.²⁹

Saat ini media baru sudah menjangkau hampir seluruh masyarakat dunia, media baru tersebut dapat dikatakan turut member adil yang besar pada perubahan struktur sosial masyarakat. Juga pada sistem komunikasi massa.³⁰

Media baru memungkinkan orang untuk membuat, memodifikasi, dan berbagi dengan orang lain, menggunakan alat yang relatif sederhana yang sering gratis atau murah. Media baru membutuhkan computer atau perangkat mobile dengan akses internet.

Vera dalam bukunya Komunikasi Massa, mengutip pendapat Dennis McQuail, 2005, yang menyatakan aspek mendasar dari perkembangan media baru ini adalah sebagai berikut:

²⁹ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 88.

³⁰ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 88.

1. *Digitalisasi*, yaitu pesan yang dikonstruksikan dalam bentuk teks, kemudian diubah menjadi serangkaian kode-kode digital dan dapat diproduksi, dikirimkan pada penerima maupun disimpan.³¹
2. *Konvergensi*, yaitu penyatuan semua bentuk dan fungsi media yang selama ini berdiri sendiri-sendiri baik dalam proses organisasinya, distribusi, penerimaan, regulasi, maupun fungsi sebagai sumber informasi dan hiburan.³²

Media baru ini juga mengubah fungsi media komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok maupun komunikasi massa. Kenyataan ini melampaui fungsi dan bentuk media massa yang ada selama ini, yaitu media cetak dan elektronik (televisi dan radio).³³

C. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Kehadiran situs jejaring sosial (*social networking site*) atau sering disebut dengan media sosial (*social media*) seperti Facebook, Twitter, dan Skype merupakan media yang digunakan untuk memublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber.³⁴

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, dan Wikipedia. Definisi lain dari sosial media juga dijelaskan oleh Van Dijk media sosial adalah platform

³¹ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 89.

³² Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 89.

³³ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 89.

³⁴ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), h. 36-37.

media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan atau pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.³⁵

2. Jenis-jenis Media Sosial

Penjelasan berikut tidak hanya terbatas pada perangkat lunak semata, namun juga memasukkan perangkat keras yang mendukung komunikasi termediasi computer atau yang muncul seiring perkembangan teknologi komunikasi dan informasi serta mempertimbangkan kegunaan dan/atau fungsi dari media itu sendiri.

a. Situs (Web Site)

Situs adalah halaman yang merupakan satu alamat domain yang berisi informasi, data, visual, audio, memuat aplikasi, hingga berisi tautan dari halaman web lainnya.³⁶

b. E-mail

E-mail atau surat elektronik ini merupakan bentuk media siber yang paling populer setelah situs. Cara kerja surat elektronik ini sama seperti surat konvensional di mana selalu ada tujuan penerima dan isi surat.³⁷

c. Blog

Istilah blog berasal dari kata web-blog, yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Berger pada 1997. Pada awalnya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan dipengaruhi setiap harinya, perkembangan selanjutnya

³⁵ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), h. 11.

³⁶ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), h. 25.

³⁷ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), h. 26.

blog banyak memuat jurnal (tulisan keseharian pribadi) si pemilik dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengunjung.³⁸

d. Wiki

Wiki merupakan situs yang mengumpulkan artikel maupun berita sesuai dengan suatu kata kunci. Mirip dengan kamus, Wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam praktiknya penjelasan ini dikerjakan oleh para pengunjung. Artinya, ada kolaborasi atau kerja bersama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.³⁹

e. Internet

Internet sendiri merupakan suatu *network* (jaringan) yang menghubungkan setiap komputer yang ada di dunia dan membentuk suatu komunitas maya yang dikenal sebagai *global village* (desa global).⁴⁰

Internet tidak hanya menampilkan liputan berupa teks atau lampiran (*attach*) file video dan audio semata. Media internet telah tumbuh menjadi media yang mampu menyiarkan secara langsung siaran televisi maupun radio.⁴¹

Jaringan *Internet* pada saat ini merupakan jaringan yang sangat kompleks dan memiliki struktur yang dinamis (selalu berkembang). Internet tersusun atas banyak jaringan *WAN* dan *LAN*. Para pemakai akhir (*end user*) dapat berhubungan dengan jaringan Internet melalui sebuah ISP (*Internet Service Provider*). Pemakai dapat menjalankan Internet secara individu, tanpa

³⁸ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), h. 29.

³⁹ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), h. 30.

⁴⁰ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Kalayak Massa* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h. 75.

⁴¹ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), h. 33.

melalui pemerintah, Internet berkembang sangat pesat dan akan terus mengalami pertumbuhan.⁴²

f. Jejaring Sosial

Salah satu bentuk dari keberadaan *New Media* adalah fenomena munculnya *Social Network* (jejaring sosial). Mengapa disebut jejaring sosial oleh karena ternyata aktivitas sosial ternyata tidak hanya dapat dilakukan di dalam dunia nyata (*real*) tetapi juga dapat dilakukan di dunia maya (*unreal*). Setiap orang dapat menggunakan jejaring sosial sebagai sarana berkomunikasi, membuat status, berkomentar, berbagi foto dan video layaknya ketika kita berada dalam lingkungan sosial.⁴³

D. Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram adalah aplikasi untuk *photo-sharing* dan layanan jejaring sosial *online* yang memungkinkan penggunaanya untuk berbagi hasil foto melalui berbagai layanan *social media* seperti Facebook, Twitter dan situs media lainnya.⁴⁴

Instagram terdiri dari dua kata "Insta" dan "Gram". Kata "Insta" berasal dari kata "Instan" yang berarti bahwa instagram ini akan menampilkan foto-foto secara instan, layaknya polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan kata "Gram" berasal dari kata "Telegram" yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Di instagram kita dapat mengunggah

⁴²Edhy Susanta, *Komunikasi Data & Jaringan Komputer* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h. 20.

⁴³Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Massa* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h. 78-79.

⁴⁴Disadur berdasarkan artikel Wikipedia (<http://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses 15 November 2016 pukul 13:00).

foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.⁴⁵

Berlatar belakang sebagai aplikasi jejaring sosial yang dikhususkan untuk berbagi foto, Instagram memiliki ciri menarik yakni ada batas foto ke bentuk persgi, mirip dengan rasio aspek 16:9 sekarang, yang biasanya digunakan oleh kamera ponsel.⁴⁶

Media sosial ini biasa digunakan oleh orang untuk menampilkan foto-foto. Pengguna instagram di Indonesia saat ini telah mencapai lebih dari 30 juta orang. Pengguna instagram di Indonesia didominasi oleh kalangan usia 20-25 dan 16-19 tahun. Selain untuk membagi foto, instagram juga dapat diandalkan untuk keperluan bisnis.⁴⁷

Banyaknya pengguna instagram dan dengan kemudahan dalam menggunakannya sangat menguntungkan para pengusaha untuk menggunakan instagram dalam mengembangkan bisnisnya. Di dunia jumlah keseluruhan pengguna instagram mencapai 400 juta.⁴⁸

2. Sejarah Instagram

Dizaman sekarang ini, teknologi semakin canggih. Hal ini terlihat juga dengan semakin banyaknya aplikasi baru yang bermunculan. Salah satu yang menarik perhatian adalah aplikasi Instagram. Mungkin untuk sekarang ini hampir rata-rata anak muda telah mempunyai akun instagram, entah itu digunakan untuk

⁴⁵Rivan Aditia, “*Sejarah dan Perkembangan Aplikasi Sosial Media Instagram*”, <https://www.gudangilmukomputer.com/2015/12/sejarah-dan-perkembangan-aplikasi-sosial-media-instagram.html?m=1> (diakses pada 13 Desember 2015).

⁴⁶Sherief Salbino, *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*, (Jakarta: Kunci Komunikasi, 2014), h. 47.

⁴⁷Intan Yanuarita dan Wiranto, *Mengenal Media Sosial agar Tak Menyesal* (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2018), h. 18.

⁴⁸Intan Yanuarita dan Wiranto, *Mengenal Media Sosial agar Tak Menyesal* (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2018), h. 19.

posting foto dan mungkin juga hanya digunakan untuk melihat foto-foto orang saja.

Kehadiran kamera berkualitas tinggi pada smartphone membuat banyak orang mempunyai aktivitas baru yang menyenangkan. Orang akan mudahnya mengambil gambar dimanapun dan kapanpun dengan menggunakan kamera *smarphone* ini. Biasanya setelah mengambil sebuah gambar, orang tersebut tidak sabar lagi untuk pamer. Akhirnya foto-foto tersebut diunggah ke sosial media seperti Instagram. Instagram memang menjadi pilihan utama anak-anak muda sekarang untuk mempostingkan foto-foto kegiatan yang sedang mereka lakukan.

Awalnya, Kevin Systrom dan Mike Krieger menciptakan aplikasi mobile web bernama Burbn. Aplikasi ini punya fitur semacam *check-in* lokasi, pengguna akan mendapatkan poin di aplikasi ini setiap kali mereka check-in saat bergaul dengan teman, posting foto, dan banyak lagi. Tapi, karena fitur di dalam aplikasi tersebut terlalu banyak, mereka membuat aplikasi baru yang lebih simple yaitu Instagram.⁴⁹

Perusahaan Burbn Inc yang berdiri pada tahun 2010 merupakan sebuah perusahaan teknologi *startup* yang hanya berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telpon genggam. Pada awalnya perusahaan ini fokus terlalu banyak di dalam HTML 5 peranti bergerak, namun Kevin dan Mike selaku CEO perusahaan ini memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja. Selama satu minggu mereka terus mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, dan pada akhirnya mereka membuat versi pertama dari Burbn, namun pada versi yang pertama ini masih banyak kekurangan dan masih ada beberapa hal yang belum sempurna. Versi Burbn yang sudah final dapat dijalankan di iPhone, namun isinya masih terlalu

⁴⁹Rivan Aditia, “Sejarah dan Perkembangan Aplikasi Sosial Media Instagram”, <https://www.gudangilmukomputer.com/2015/12/sejarah-dan-perkembangan-aplikasi-sosial-media-instagram.html?m=1> (diakses pada 13 Desember 2015).

banyak fitur-fitur. Kevin dan Mike merasa kesulitan untuk mengurangi fitur-fitur yang ada. Akhirnya mereka memulainya dari awal lagi yang memfokuskan pada bagian foto, komentar dan kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Inilah yang akhirnya menjadi Instagram.⁵⁰

Perkembangan instagram sangatlah pesat dan dibuktikan dengan kepopuleran instagram yang sudah mencapai sebanyak 150 juta pengguna. Ini merupakan pencapaian rekor yang fantastis.⁵¹

Dulunya aplikasi instagram ini hanya bisa didownload dari App Store, tetapi seiring dengan berkembangnya aplikasi ini akhirnya instagram hadir di Play Store dan tentunya para pengguna android telah bisa menggunakan aplikasi instagram ini. Setelah setahun peluncurannya, pengguna instagram semakin banyak bahkan telah mencapai 10 juta pengguna.⁵²

E. Eksistensi Diri

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Eksistensi adalah hal berada, keberadaan, kehadiran yang mengandung unsure bertahan.⁵³ Eksistensialisme secara etimologi yakni berasal dari kata eksistensi, dari bahasa latin *existere* yang berarti muncul, ada, timbul, memilih keberadaan aktual. Adapun eksistensialisme sendiri adalah gerakan filsafat yang menentang esensialisme, pusat perhatiannya adalah situasi manusia.⁵⁴

Menurut Sören Aabye Kierkegaard (1813-1855) menegaskan bahwa eksistensi manusia berarti mengambil keputusan yang menentukan hidup. Jika

⁵⁰ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Instagram>

⁵¹ <http://blog.ub.ac.id/alifiainformatika/2013/09/23perkembangan-aplikasi-social-photo-sharing-Instagram/> diakses 25 November 2016 pukul 14:20)

⁵²Rivan Aditia, "*Sejarah dan Perkembangan Aplikasi Sosial Media Instagram*", <https://www.gudangilmukomputer.com/2015/12/sejarah-dan-perkembangan-aplikasi-sosial-media-instagram.html?m=1> (diakses pada 13 Desember 2015).

⁵³*Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi Keempat, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h.357.

⁵⁴Lorens Bagus, *Kamus Filsafat* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 185.

kita tidak berani mengambil keputusan dan tidak berani berbuat maka kita tidak bereksistensi dalam arti sebenarnya. Dengan demikian terdapat eksistensi yang sebenarnya dan ada juga yang tidak.⁵⁵

Menurut para peneliti eksistensi ada pada diri seseorang karena faktor lingkungan masyarakat, bisa dikatakan ingin diakui keberadaan dalam segi sosial. Karena pada dasarnya setiap manusia akan mengalami perubahan-perubahan dari masa ke masa baik dari segi bahasa, perilaku maupun tindakan. Seperti yang dinyatakan oleh Adam Smith (2003 : 21) dalam bukunya yang berjudul *What Matters Most : Hal-hal yang paling utama mengatakan bahwa* :⁵⁶

Eksistensi diri merupakan suatu kondisi dimana seseorang dengan kemampuannya dapat menemukan makna dalam kehidupan. Makna merupakan sebuah kepuhan atau eksistensi dari nilai-nilai batiniah yang paling utama dalam menjalani kehidupan. Adapun nilai-nilai batiniah yang dibicarakan adalah nilai-nilai mendasar seperti sikap menghormati manusia, sikap menghormati sesama dan perlunya bekerjasama serta bekerja bersama dengan harmonis demi kebaikan bersama.

Pemaparan di atas dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa eksistensi diri adalah cara individu memaknai keberadaan dirinya di dunia melalui berbagai upaya dengan mengaktualisasikan potensi yang dimiliki untuk mencapai keberadaan autentik dan membuat hidupnya menjadi bermakna.⁵⁷

Kierkegaard (1813-1855) membagi eksistensi manusia ke dalam tiga tingkat yang masing-masing memiliki ciri khas, yaitu: Eksistensi yang estetik, Eksistensi yang etik, Eksistensi yang Religius. Ketiga bentuk tingkat eksistensi inilah yang akan mempengaruhi eksistensi manusia dan ia merupakan cara keberadaan manusia. Adapun ketiga eksistensi manusia tersebut sebagai berikut.

⁵⁵Save M. Dagun, *Filsafat eksistensialisme*, cet. Pertama, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), h. 51.

⁵⁶Smith H. W, *What Matters Hal Yang Paling Utama*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2003), H. 21.

⁵⁷Dini Fitriawati & Maya Retnasary, *Eksistensi Diri Youtuber "Joneshood"*, Jurnal Signal Unswagati Cirebon, Bndung, Vol. 6, No. 1, 2018, h. 4.

1. Eksistensi Estetik menyangkut kesenian, keindahan. Pada taraf eksistensi yang estetik ini perhatian manusia tertuju kepada segala sesuatu yang berada di luar diri dan hidupnya di dalam masyarakat dengan segala yang dimiliki dunia dan masyarakat. Kenikmatan jasmaniah dan rohaniah tepenuhi. Walaupun demikian dapat dikatakan batinnya kosong karena ia menghindari diri dari keputusan-keputusan yang menentukan. Keinginan-keinginan yang dinikmati seluruhnya hanya ada pada pengalaman emosi dan nafsu.⁵⁸
2. Eksistensi Etik, pada taraf eksistensi etik perhatian manusia tertuju benar-benar kepada batinnya, yakni ia hidup dalam hal-hal yang kongkrik adanya. Sikap manusia sudah mengarah pada segi kehidupan batiniah. Pergeseran dari taraf estetik ke taraf yang etik digambarkan oleh Kierkegaard sebagai orang yang meninggalkan nafsu sementara dan masuk ke segala bentuk kewajiban. Dalam hidupnya manusia telah menyadari dan menghayati akan adanya patokan-patokan nilai yang sifatnya umum.⁵⁹
3. Eksistensi religious, setelah manusia meningkat atau menyadari dan menghayati dengan kesadaran moralnya, ia akan dihadapkan pada kekurangan-kekurangan dan kesalahan-kesalahan serta dosanya. Pada tingkatan eksistensi etik hal ini mulai disadari oleh manusia. Dalam perkembangannya, untuk mengatasi kesulitan pada taraf eksistensi etik, manusia harus menerangi dirinya kepada taraf eksistensi religius. Perpindahan kepada eksistensi religius ini manusia harus melakukannya dengan kesadaran akan keimanan.⁶⁰

⁵⁸Armaidy Armawi, "Eksistensi Manusia Dalam Filsafat Sören Kierkegaard", Jurnal Filsafat, Vol. 21 No. 1, April 2011, h. 25.

⁵⁹Armaidy Armawi, "Eksistensi Manusia Dalam Filsafat Sören Kierkegaard", Jurnal Filsafat, Vol. 21 No. 1, April 2011, h. 26.

⁶⁰Armaidy Armawi, "Eksistensi Manusia Dalam Filsafat Sören Kierkegaard", Jurnal Filsafat, Vol. 21 No. 1, April 2011, h. 27.

Abraham Maslow tahun 1943 (Hasibuan, H. Malayu S.P., 2007) menyatakan bahwa kebutuhan dan kepuasan seseorang itu jamak yaitu meliputi kebutuhan biologis dan psikologis berupa materiil dan non materiil:⁶¹

1. Kebutuhan Dasar Fisiologis

Kebutuhan fisiologis adalah kebutuhan yang paling mendasar dari setiap manusia, termasuk didalamnya adalah makanan, air, oksigen, mempertahankan suhu tubuh, dan lain sebagainya.

2. Kebutuhan akan Rasa Aman

Menurut Maslow dalam Koeswara (1991:121) yang dimaksud dengan kebutuhan akan rasa aman, ialah kebutuhan yang mendorong individu untuk memperoleh ketenteraman, kepastian, dan keteraturan dari lingkungannya.

3. Kebutuhan Sosial

Kebutuhan kasih sayang atau menurut Koeswara (1991:122) disebut dengan kebutuhan sosial adalah kebutuhan yang mendorong individu untuk mengadakan hubungan efektif atau ikatan emosional dengan individu lain, baik dengan lawan jenis maupun dengan sesama jenis, baik di lingkungan keluarga maupun di lingkungan masyarakat.

4. Kebutuhan Penghargaan

Maslow (dalam Koeswara, 1991:124) membagi kebutuhan penghargaan kedalam dua bagian, yaitu:

- a. Penghargaan dari diri sendiri, mencakup hasrat untuk memperoleh kompetensi, rasa percaya diri, kekuatan pribadi, adekuasi, kemandirian, dan kebebasan.

⁶¹Baskara Dwi Rieski, Skripsi “*Vespa Extreme Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Scooterist Extreme*”, (Jakarta: Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), 2019), h. 35.

- b. Penghargaan dari orang lain, meliputi antara lain prestasi. Individu membutuhkan penghargaan atas apa yang telah dilakukannya.

5. Kebutuhan Aktualisasi

Kebutuhan akan aktualisasi diri mencakup pemenuhan diri, sadar akan potensi diri, dan keinginan untuk menjadi sekreatif mungkin (Maslow dalam Feist & Feist, 2010:336).

Beberapa pengertian dari eksistensi diri yang telah dikemukakan diatas, hal ini menunjukkan bahwa eksistensi diri merupakan suatu individu yang ingin diakui keberadaannya, ingin selalu tampil atau muncul, menjadi diri sendiri yang diinginkan dengan cara mengaktualisasikan dirinya.

Sedangkan yang dimaksud aktualisasi diri adalah keinginan untuk memperoleh kepuasan dengan dirinya sendiri (*Self fulfillment*), untuk menyadari semua potensi dirinya, untuk menjadi apa saja yang dia dapat melakukannya, dan untuk menjadi kreatif dan bebas mencapai puncak prestasi potensinya.⁶²

F. Teori Uses and Gratifications

Herbert Blumer dan Elihu Katz (1974) dalam Rahmat, 2005:205, mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik guna memenuhi kebutuhannya. *Teori Uses and Gratifications* mengasumsikan pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.⁶³

⁶²Asnah Yuliana, *Teori Abraham Maslow Dalam Analisis Kebutuhan Pemustaka*, Libraria, Vol. 6, No. 2, 2018, h. 370.

⁶³ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 124.

Teori *Uses and Gratifications* mempunyai lima asumsi dasar berikut.⁶⁴

1. Khalayak adalah aktif, dan penggunaan media berorientasi pada tujuan.
2. Inisiatif yang menghubungkan antara kebutuhan kepuasan dan pilihan media spesifik terletak di tangan khalayak.
3. Media bersaing dengan sumber-sumber lain dalam upaya memuaskan kebutuhan khalayak.
4. Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat, dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada peneliti.
5. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak.

Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.⁶⁵

Inti teori *Uses and Gratifications* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha untuk memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif. Sehubungan dengan kebutuhan khalayak tersebut, Katz, Gurevitch, dan Haas (Nurudin, 2004 : 184) membuat beberapa motif individu kebutuhan manusia yang berkaitan dengan pengguna media. Kebutuhan tersebut dikelompokkan menjadi lima kategori, yaitu:⁶⁶

⁶⁴ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 125.

⁶⁵ Andi Alimuddin Unde, *Televisi & Masyarakat Pluralistik* (Jakarta: Prenada, 2014), h. 65.

⁶⁶ Dwi Ajeng Rindayu Oktavia, Skripsi “*Motif Penggunaan Swafoto Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Dalam Akun Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)*”, (Surabaya: FISIP Untag Surabaya), h. 4.

1. *Cognitive needs* (kebutuhan kognitif)
2. *Affective needs* (kebutuhan afektif)
3. *Personal integrative needs* (kebutuhan integratif personal)
4. *Social integrative needs* (kebutuhan integratif sosial)
5. *Escapist needs* (kebutuhan pelepasan ketegangan)

G. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

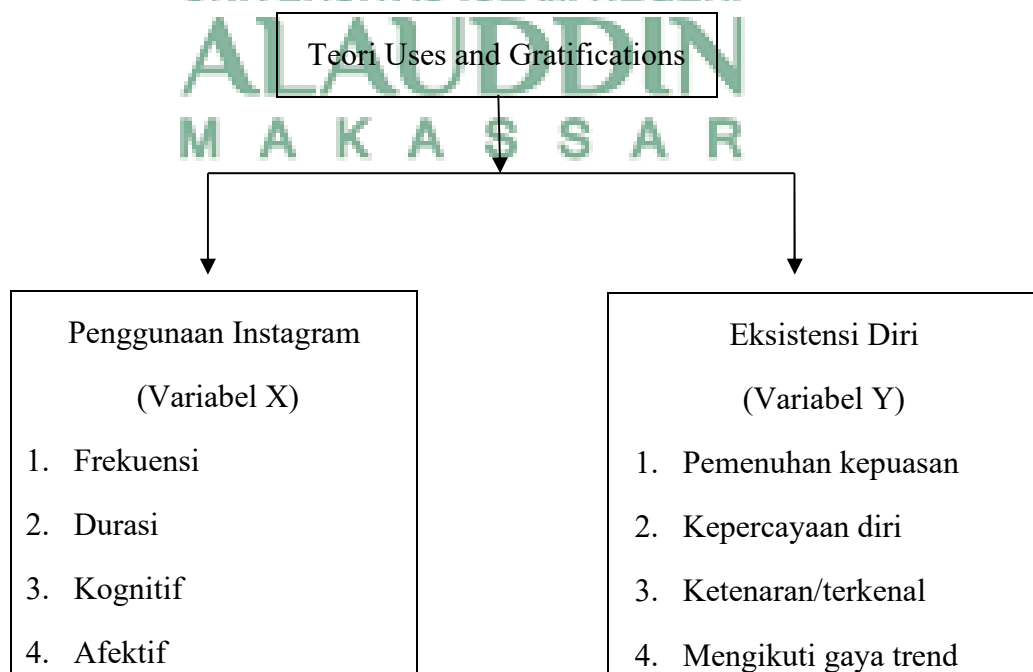
H_a= Terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap eksistensi diri siswa-siswi SMAN 10 Makassar.

H. Kerangka Penelitian

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan dalam sub pembahasan konsep teoritis, maka dapat dibuat kerangka pikir sebagai berikut:

Tabel 2.1

Kerangka Teori



I. Hubungan Islam dan Sosial Media

Al-Quran merupakan sumber hukum islam yang mengatur segala aspek kehidupan manusia, baik itu hubungan manusia dengan Tuhannya, maupun hubungan manusia dengan manusia lainnya. Penelitian ini membahas mengenai eksistensi diri, meskipun ayat tersebut kurang relevan dengan penelitian ini tapi, di dalam Al-Qur'an terdapat ayat tentang eksistensi yaitu pada qur'an surah Al-Qashash ayat 77. Al-Qur'an memaparkan dalam surah Al-Qasas ayat 77 sebagai berikut :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا
يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Terjemahnya :

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan. (Q.S Al-Qasas: 77).⁶⁷

Tafsir Hidayatul Insan bi Tafsiril Qur'an/Ustadz Marwan Hadidi bin

Musa, M.Pd.I:⁶⁸

Yakni engkau wahai Qarun telah memiliki sarana-sarana untuk mengejar akhirat yang tidak dimiliki oleh selainmu. Oleh karena itu, carilah pahala di sisi Allah dengan harta-hartamu, seperti menyedekahkannya sebagian dari rezeki itu di jalan Allah dan jangan hanya digunakan untuk memuaskan nafsu. Berupa harta, yakni agar engkau infakkan di jalan Allah. Yakni Allah tidaklah memerintahkannya untuk menyedekahkan semua hartanya sehingga hartanya habis tanpa bersisa, bahkan sisihkanlah hartamu untuk akhirat, dan silahkan bersenang-senang dengan duniamu, namun tidak sampai melubangi agamamu dan merusak akhiratmu. Yaitu

⁶⁷Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahannya, (Pelita III, 1979/1980), h. 661.

⁶⁸Tafsir Hidayatul Insan bi Tafsiril Qur'an. <https://tafsirweb.com/7127-quran-surat-al-qashash-ayat-77.html>.

dengan bersikap sombong serta mengerjakan kemaksiatan, dan sibuk dengan nikmat itu sampai lupa kepada pemberi nikmat (Allah).

Interpretasi Qur'an Surah Al-Qashash ayat 77:

Qur'an Surah Al-Qashash ayat 77 menjelaskan tentang eksistensi manusia dimana dalam surah Al-Qashash memerintahkan manusia untuk mencari kebahagiaan dan memanfaatkan semua karunia yang diberikan kepada-Nya untuk kebutuhan manusia tersebut, dan selalu mengingatkan kepada manusia untuk selalu berbuat baik kepada sesamanya dan jangan berbuat sombong kepada sesama manusia sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang sombong dan juga jangan sibuk atas kenikmatan dunia sampai lupa kepada Allah.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskripsi kuantitatif. Deskripsi kuantitatif menyajikan tahap yang lebih lanjut dari observasi.¹ Penelitian deskriptif kuantitatif digunakan jika sudah memiliki pengetahuan yang cukup banyak tentang masalah. Artinya, masalah telah dapat dijelaskan secara teoretis. Oleh karena itu, pelaksanaan penelitian deskriptif lebih terstruktur, sistematis, dan terkontrol karena peneliti mulai dengan objek dan subjek yang telah jelas dan mengadakan penelitian atas populasi atau sampel dari subjek tersebut untuk menggambarkan secara akurat. Mely G. Tan dalam Silalahi, 2009:28 mengatakan:

Penelitian yang bersifat deskriptif, bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan frekuensi atau penyebaran suatu gejala atau frekuensi adanya hubungan tertentu antara suatu gejala dan gejala lain dalam masyarakat. Dalam hal ini mungkin sudah ada hipotesis-hipotesis, mungkin belum, tergantung dari sebaik-baiknya pengetahuan tentang masalah yang bersangkutan.²

2. Lokasi Penelitian

Untuk melakukan penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di SMAN 10 Makassar yang beralamat di Jl. Tamangapa Raya v no. 12, Kel. Tamangapa, Kec. Manggala, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

¹Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (Cet. 5, Ed. Revisi; Bandung: PT Refika Aditama, 2017), h. 114.

²Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (Cet. 5, Ed. Revisi; Bandung: PT Refika Aditama, 2017), h. 116

B. Pendekatan Metodologi dan Keilmuan

1. Pendekatan Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan eksplanatif. Pendekatan eksplanatif merupakan pendekatan yang digunakan oleh peneliti untuk mencari data-data dari responden, dan untuk menguji suatu hipotesis.

2. Pendekatan Keilmuan

Pendekatan keilmuan dalam penelitian ini yaitu ilmu komunikasi dengan menggunakan pendekatan ilmu pengetahuan sosial (*social science*), untuk memahami tingkah laku manusia diperlukan pengamatan yang cermat dan akurat. Hal ini disebabkan oleh manusia yang jadi objek pengamatan adalah makhluk yang aktif, memiliki daya pikir, berpengetahuan, memegang prinsip dan nilai-nilai tertentu, serta tindaknya dapat berubah sewaktu-waktu.³

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan salah satu data penting dalam suatu penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga sekedar jumlah yang ada pada obyek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁴

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat dipahami bahwa populasi adalah seluruh anggota yang terdiri atas objek dan subjek yang akan diteliti di dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa-siswi SMAN

³Ahmad Tamrin Sikumbang, “Teori Komunikasi (Pendekatan, Kerangka Analisis dan Perspektif)”, *Analytica Islamica*, Vol. 6 No. 1, Januari-Juni 2017, h. 80.

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 80.

10 Makassar kelas XI yang terdiri dari kelas XI MIPA 1 sampai XI MIPA 7 dan XI IPS 1 sampai XI IPS 3 yang berjumlah sebanyak 340 siswa. Dapat dilihat tabel berikut:

Tabel 3.1
jumlah siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar kelas XI

Kelas	Jumlah Siswa siswi
XI MIPA	250
XI IPS	90
Jumlah	340

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dalam menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁵

Teknik sampling dalam penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling* (sampel bertujuan) untuk menentukan sampel. *Purposive sampling* (sampel bertujuan) merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kita memilih orang sebagai sampel dengan memilih orang yang benar-

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 81.

benar mengetahui atau memiliki kompetensi dengan topik penelitian kita.⁶

Adapun kriterianya sebagai berikut :

- a. Merupakan siswa-siswi SMAN 10 Makassar
- b. Aktif dalam menggunakan media sosial instagram
- c. Merupakan siswa-siswi kelas XI

Untuk menentukan jumlah sampel yang dapat mewakili populasi, maka peneliti menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:⁷


$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan (error) 10 %



$$n = \frac{340}{1 + 340(0,1)^2}$$

$$= \frac{340}{1 + 3,4}$$

$$= \frac{340}{4,4}$$

$$= 77,27$$

Berdasarkan rumus Slovin yang digunakan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 77,27 dapat dibulatkan menjadi 77 siswa.

⁶Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 80-81.

⁷Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), h. 156.

D. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Survei

Jenis penelitian yang digunakan yaitu survei, karena penelitian ini akan mengumpulkan data dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat yang digunakan untuk mengumpulkan suatu data yang utama, dan juga dengan sebagian kecil dari suatu hasil wawancara.

Survei merupakan salah satu riset yang menggunakan kusioner/angket sebagai instrumen pengumpulan datanya. Angket merupakan kumpulan list pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti yang kemudian dibagikan kepada responden untuk dijawab. Penggunaan angket sebagai instrumen pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan peneliti dari responden yang telah dipilih.⁸

Kuesioner/angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.⁹

Penelitian ini penulis menggunakan Skala *Likert* untuk mendapatkan data dari siswa-siswi SMAN 10 Makassar.

Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya

⁸Sudaryono, *Metodologi Penelitian Sosial* (Depok: PT. Raja Grafindo: Persada, 2017), h. 90.

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 142.

disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.¹⁰

Untuk menjawab pernyataan atau pertanyaan harus dihubungkan dengan pernyataan yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

Table 3.2

Tabel Skala *Likert*

Pernyataan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Dokumentasi

Mengumpulkan dokumen atau sering disebut metode dokumentasi merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dokumen ini dapat berupa dokumen pemerintah, hasil penelitian, foto-foto atau gambar, buku harian, laporan keuangan, undang-undang, hasil karya seseorang,

¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 93.

dan sebagainya. Dokumenter tersebut dapat menjadi sumber data pokok, dapat pula hanya menjadi data penunjang dalam mengeksplorasi masalah penelitian.¹¹

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data. Kualitas instrumen akan menentukan kualitas data yang terkumpul. Ungkapan “Garbage tool garbage result” merupakan hubungan antara instrumen dengan data. Oleh karena itulah, menyusun instrumen bagi kegiatan penelitian merupakan langkah penting yang harus dipahami betul oleh peneliti. Instrumen sebagai alat pengumpulan data harus betul-betul dirancang dan dibuat sedemikian rupa sehingga menghasilkan data empiris sebagai mana adanya.¹²

Dalam penelitian ini instrumen yang dipilih dan digunakan adalah kuesioner (angket). Peneliti menggunakan kuesioner (angket) untuk mencari dan mengumpulkan data tentang pengaruh penggunaan instagram terhadap eksistensi diri siswa-siswi SMAN 10 Makassar.

Tabel 3.3
Isi Angket

No.	Isi Angket	No Item Angket
1.	Penggunaan Instagram	
	a. Durasi	Item 1, 2
	b. Frekuensi	Item 3,4,5
	c. Kognitif (Pengetahuan)	Item 6,7,8,9
	d. Afektif (Sikap)	Item 10,11,12,13
2.	eksistensi Diri	
	a. Kepercayaan Diri	Item 14,15,16
	b. Kepuasan	Item 17,18,19
	c. Ketenaran/terkenal	Item 20,21
	d. Mengikuti Gaya Trend	Item 22,23

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

¹¹Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 87.

¹²Nurul Zuriyah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan* (Jakarta: PT BumiAksara, 2006), h. 168.

F. Validasi dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validasi

Uji validasi instrument dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus korelasi Product Moment dari Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:¹³

R_{xy} = koefisien korelasi skor butir (X) dengan skor total (Y)

n = ukuran sampel (responden)

X = skor butir X

Y = skor total Y

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Angket

No. Item Penggunaan Instagram	Skor butir X dan Y	Nilai R tabel Sig 5% (77)	Keterangan
1	0,652	0,227	Valid
2	0,636	0,227	Valid
3	0,252	0,227	Valid
4	0,706	0,227	Valid
5	0,662	0,227	Valid
6	0,810	0,227	Valid
7	0,626	0,227	Valid
8	0,638	0,227	Valid

¹³Supardi, *Statistik Penelitian Pendidikan: Perhitungan, Penyajian, Penjelasan, Penafsiran, dan Penarikan Kesimpulan* (Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 146.

9	0,630	0,227	Valid
10	0,735	0,227	Valid
11	0,236	0,227	Valid
12	0,679	0,227	Valid
13	0,714	0,227	Valid
No. Item Eksistensi Diri	Skor butir X dan Y	Nilai R tabel Sig5% (77)	Keterangan
1	0,826	0,227	Valid
2	0,846	0,227	Valid
3	0,834	0,227	Valid
4	0,666	0,227	Valid
5	0,843	0,227	Valid
6	0,823	0,227	Valid
7	0,812	0,227	Valid
8	0,793	0,227	Valid
9	0,279	0,227	Valid
10	0,863	0,227	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 3.4, hasil uji validitas pada angket menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel X dan variabel Y valid karena r hitung lebih besar dari r tabel 0,227.

2. Uji Reliabilitas

Menurut S. Nasution: alat ukur yang reliable adalah bila alat itu digunakan untuk mengukur suatu gejala yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Jadi alat yang reliabel secara konsisten memberi hasil ukuran yang sama.

Perhitungan reliabilitas butir instrument penelitian berbentuk skala mempergunakan rumus *Alpha Cronbach*.¹⁴ Suatu instrument penelitian dapat dikatakan reliable jika memiliki koefisien reliabilitas 0,60 atau lebih dengan menggunakan bantuan program *IBM Statistics versi 25*. Rumus dari teknik *Alpha Cronbach* sebagai berikut:¹⁵

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum a_n^2}{a_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Realibilitas Instrument

k = banyaknya butir pertanyaan atau butir item

$\sum a_n^2$ = jumlah varian butir

a_t^2 = varian total

Tabel 3.5

Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan Instagram

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.847	13

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas Eksistensi Diri

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.919	10

Sumber: Hasil Olah data Peneliti, 2020

¹⁴Supardi, *Statistik Penelitian Pendidikan: Perhitungan, Penyajian, Penjelasan, Penafsiran, dan Penarikan Kesimpulan* (Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 155-156.

¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Cet. 13; Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), h. 188.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas penggunaan instagram dan hasil uji reliabilitas eksistensi diri di atas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas penggunaan instagram sebesar 0,847 pada uji reliabilitas eksistensi diri sebesar 0,919, yang berarti bahwa $> 0,60$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua item dalam angket penelitian reliabel sehingga dapat dijadikan sebagai instrument penelitian yang telah dilakukan.

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik pengolahan data

Setelah semua data telah terkumpul, maka tahap yang selanjutnya adalah melakukan pengolahan data dengan teknik sebagai berikut:

- a. *Editing*. Tahap ini hal yang dilakukan adalah memverifikasi atau memeriksa ulang kembali data-data yang telah diperoleh mengenai kelengkapan data, kejelasan tulisan, serta kesesuaian data yang satu dengan yang lainnya. Hal ini dimaksudkan untuk mengecek apakah setiap kuesioner telah diisi sesuai dengan petunjuk.
- b. *Data Coding*. Data coding atau mengoding data merupakan suatu proses penyusunan data mentah secara sistematis (yang ada dalam bentuk kuesioner-survey; surat kabar, majalah, buku, karya sastra-analisis isi) kedalam bentuk yang mudah dibaca oleh mesin pengolah data (komputer). Untuk melakukan proses ini, peneliti perlu membuat buku kode (*code book*) yang berisi mengenai prosedur pengodingan.¹⁶
- c. Tabulasi, yaitu usaha penyajian data, terutama pengolahan data yang akan menjurus keanalisis kuantitatif, biasanya menggunakan tabel, baik tabel distribusi frekuensi maupun tabel silang.¹⁷

¹⁶Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 161.

¹⁷Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h. 199.

2. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi linear sederhana adalah pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh satu variabel independen (X) terhadap satu variabel dependen (Y).¹⁸

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji koefisien determinasi dan uji statistik t.

a. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan pengaruh variabel X (Penggunaan Instagram) terhadap variabel Y (Eksistensi Diri). Adapun rumusnya yaitu:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

R^2 = Koefisien Korelasi *Product Moment*

b. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui terdapat pengaruh atau tidak antara dua variabel, yaitu variabel independen (variabel bebas) penggunaan instagram dan variabel dependen (variabel terikat) eksistensi diri. Untuk mengetahui terdapat pengaruh atau tidak dapat dilihat dari jumlah nilai t hitung dan nilai t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

¹⁸Supardi, *Statistik Penelitian Pendidikan: Perhitungan, Penyajian, Penjelasan, Penafsiran, dan Penarikan Kesimpulan* (Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 240.

- 1) H_a diterima jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap eksistensi diri siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar.
- 2) H_0 diterima jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ maka H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap eksistensi diri siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. *Gambaran Umum Lokasi Penelitian*

1. Profil SMA Negeri 10 Makassar

SMA Negeri 10 Makassar merupakan salah satu Sekolah Menengah Atas Negeri yang ada di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Sama dengan SMA pada umumnya di Indonesia masa pendidikan sekolah di SMAN 10 Makassar ditempuh dalam waktu tiga tahun pelajaran, mulai dari kelas X sampai kelas XII.¹

Meskipun SMA Negeri 10 Makassar terletak lumayan jauh dari perkotaan, namun segala fasilitas penunjang belajar mengajar tidak ketinggalan, bahkan saat ini sekolah tersebut merupakan sekolah terbaik, terindah, terluas bahkan terbersih sehingga banyak diminati oleh banyak kalangan dari luar, maka tak heran sekolah ini sering ditempati untuk berbagai acara.

2. Identitas sekolah²

- a. Nama Sekolah : SMAN 10 Makassar
- b. NPSN : 40311885
- c. Alamat : Jl. Tamangapa V No. 12
- d. Kode Pos : 90235
- e. Desa/Kelurahan : Tamangapa
- f. Kecamatan : Kec. Manggala
- g. Kab.-Kota : Kota Makassar
- h. Provinsi : Sulawesi Selatan
- i. Status Sekolah : Negeri
- j. Akreditasi : A
- k. Waktu Penyelenggaraan : Sehari Penuh/ 5 hari

¹ https://id.m.wikipedia.org/wiki/SMA_Negeri_10_Makassar

² <https://referensi.data.kemdikbud.go.id/tabs.php?npsn=011885>

- l. Email : sman10makassar@yahoo.co.id
- m. Website : http://sman10makassar.sch.id
3. Visi dan Misi SMA Negeri 10 Makassar³
 - a. Visi Sekolah

Unggul dalam Mutu, Menjunjung Tinggi Nilai Budaya dan Berlandaskan pada Iman dan Taqwa
 - b. Misi Sekolah⁴
 - 1) Melaksanakan proses belajar mengajar dan bimbingan secara intensif, sehingga siswa mampu mengembangkan potensi yang dimilikinya.
 - 2) Menumbuhkan Kreativitas siswa untuk mengembangkan potensinya.
 - 3) Mengembangkan minat dan bakat siswa, sehingga potensi siswa dapat dikembangkan secara optimal.
 - 4) Mengembangkan penghayatan dan pengamalan ajaran agama yang dianut.
 - 5) Tujuan Sekolah⁵
 - a. Meningkatkan pengetahuan bagi guru tentang Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan K13.
 - b. Meningkatkan kemampuan tenaga pendidik dan kependidikan terhadap IT.
 - c. Meningkatkan sarana Internet di lingkungan sekolah.
 - d. Melaksanakan PBM berbasis SAINTIVIK

³<https://www.google.com/amp/s/sman10makassar.wordpress.com/2016/03/19/6/amp/>

⁴<https://www.google.com/amp/s/sman10makassar.wordpress.com/2016/03/19/6/amp/>

⁵<https://www.google.com/amp/s/sman10makassar.wordpress.com/2016/03/19/6/amp/>

- e. Meningkatkan pencapaian rata-rata nilai ujian nasional dari tahun ke tahun
- f. Diharapkan siswa berprestasi dalam lomba kreativitas.
- g. Meningkatkan prestasi siswa melalui praktik di Laboratorium.
- h. Meningkatkan minat baca siswa di Perpustakaan dan Internet.
- i. Meningkatkan jumlah prestasi lulusan yang dapat terjaring di Perguruan Tinggi Negeri melalui jalur SNMPTN, SPMB, MANDIRI.

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah berdasarkan siswa siswi yang aktif dalam menggunakan media sosial instagram. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 77 responden.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka diperoleh karakteristik umur responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur Responden	Frekuensi	Persentase %
16	40	51,3%
17	37	48,7%
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelit, 2020

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa dari 77 responden, sebagian besar berusia 16 tahun sebanyak 40 responden dengan persentase 51,3%.

Sementara itu responden yang berusia 17 tahun sebanyak 37 responden dengan persentase 48,7%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka diperoleh karakteristik jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
Laki-Laki	29	37,7%
Perempuan	48	62,3%
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa dari 77 responden, jenis kelamin laki-laki sebanyak 31 responden dengan persentase 39,7% dan jenis kelamin perempuan sebanyak 46 responden dengan persentase 60,3%.

2. Deskripsi Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Eksistensi Diri Siswa Siswi SMA Negeri 10 Makassar

a. Variabel X (Penggunaan Instagram)

Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu penggunaan instagram. Variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Pernyataan ini, variabel bebas menggunakan pilihan jawaban skala likert.

Penilaian variabel penggunaan instagram dalam penelitian ini terdiri atas 13 pernyataan. Berikut uraian dari pernyataan-pernyataan yang telah dijawab oleh responden:

1) Hasil jawaban dari responden berdasarkan indikator durasi

Durasi yang dimaksud adalah berapa lama siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar dalam menggunakan media sosial instagram.

Tabel 4.3
Indikator Durasi 1

Saya selalu membuka aplikasi instagram lebih dari sekali dalam satu hari	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	46	59,7%
Setuju	25	32,5%
Ragu-ragu	5	6,5%
Tidak Setuju	1	1,3%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 46 responden dengan persentase 59,7%, responden yang menjawab setuju sebanyak 25 responden dengan persentase 32,5%, responden yang menjawab ragu-ragu hanya 5 responden dengan persentase 6,5% sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab hanya 1 responden dengan persentase 1,3% dan sangat tidak setuju yang menjawab 0%.

Tabel 4.4
Indikator Durasi2

Dalam satu hari, saya bisa membuka aplikasi instagram selama 2 jam atau lebih	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	15	19,5%
Setuju	35	45,5%
Ragu-ragu	16	20,8%
Tidak Setuju	11	14,3%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini maka dapat dilihat responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 15 responden dengan persentase 19,5%, responden yang menjawab setuju sebanyak 35 responden dengan persentase 45,5%, responden yang menjawab ragu-ragu hanya 16 responden dengan persentase 20,8%, sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab hanya 11 dengan persentase 14,3%, dan sangat tidak setuju 0%.

2) Hasil jawaban dari responden berdasarkan indikator frekuensi

Frekuensi yang dimaksud adalah banyaknya pengulangan siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar dalam menggunakan media sosial instagram.

Tabel 4.5
Indikator Frekuensi 1

Saya mengunggah foto lebih dari sekali dalam satu hari	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	10	13,0%
Setuju	26	33,8%
Ragu-ragu	28	36,4%
Tidak Setuju	11	14,3%
Sangat Tidak Setuju	2	2,6%
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 10 responden dengan persentase 13,0%, responden yang menjawab setuju sebanyak 26 responden dengan persentase 33,8%, responden yang menjawab ragu-ragu hanya 28 responden dengan 36,4%, sedangkan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 11 responden dengan persentase 14,3%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 dengan persentase 2,6%.

Tabel 4.6
Indikator Frekuensi 2

Saya lebih suka mengunggah foto dibandingkan mengunggah video di instagram	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	37	48,1%
Setuju	22	28,6%
Ragu-ragu	14	18,2%
Tidak Setuju	3	3,9%
Sangat Tidak Setuju	1	1,3%
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 37 responden dengan persentase 48,1%, responden yang menjawab setuju sebanyak 22 responden dengan persentase 28,6%, responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 14 responden dengan persentase 18,2%, sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab sebanyak 3 responden dengan persentase 3,9%, dan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan persentase 1,3%.

Tabel 4.7
Indikator Frekuensi 3

Saya suka like foto orang lain	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	12	15,6%
Setuju	51	66,2%
Ragu-ragu	13	16,9%
Tidak Setuju	1	1,3%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat bahwa responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 12 responden dengan persentase 15,6%, responden yang menjawab setuju sebanyak 51 responden dengan persentase 66,2%, responden yang menjawab ragu-ragu 13

responden dengan persentase 16,9% sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab hanya 1 responden dengan persentase 1,3% dan sangat tidak setuju 0%.

3) Hasil jawaban dari responden berdasarkan indikator kognitif

Kognitif yang dimaksud adalah tingkat pengetahuan siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar dalam menggunakan media sosial Instagram.

Tabel 4.8
Indikator Kognitif 1

Dengan menggunakan instagram saya dapat mengetahui berbagai jenis fitur-fitur yang ada di instagram agar foto saya terlihat menarik untuk di upload di instagram	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	55	71,5%
Setuju	14	18,2%
Ragu-ragu	5	6,5%
Tidak Setuju	3	3,9%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat bahwa responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 55 responden dengan persentase 71,4%, responden yang menjawab setuju sebanyak 14 responden dengan persentase 18,2%, responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 5 responden dengan persentase 6,5%, sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab 3 responden dengan persentase 3,9% dan sangat tidak setuju 0%.

Tabel 4.9
Indikator Kognitif 2

Saya yakin bahwa instagram merupakan media sosial yang bagus digunakan untuk mngupload foto	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	31	40,3%
Setuju	36	46,8%
Ragu-ragu	9	11,7%

Tidak Setuju	1	1,3%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat bahwa responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 31 responden dengan persentase 40,3%, responden yang menjawab setuju sebanyak 36 responden dengan persentase 46,8%, responden yang menjawab ragu-ragu 9 responden dengan persentase 11,7%, sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab hanya satu responden dengan persentase 1,3%, dan sangat tidak setuju 0%.

Tabel 4.10
Indikator Kognitif 3

Setelah menggunakan instagram, saya dapat mengetahui detail tentang instagram	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	41	53,2%
Setuju	26	33,8%
Ragu-ragu	9	11,7%
Tidak Setuju	1	1,3%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat bahwa responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 41 responden dengan persentase 53,2%, responden yang menjawab setuju sebanyak 26 responden dengan persentase 33,8%, responden yang menjawab ragu-ragu 9 responden dengan persentase 11,7%, sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab hanya 1 responden dengan persentase 1,3% dan sangat tidak setuju 0%.

Tabel 4.11
Indikator Kognitif 4

Instagram merupakan kebutuhan yang sangat penting yang dapat memenuhi kebutuhan saya seperti kebutuhan informasi (referensi makanan, tempat wisata, dsb)	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	27	35,1%
Setuju	42	54,5%
Ragu-ragu	6	7,8%
Tidak Setuju	2	2,6%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat bahwa responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 27 responden dengan persentase 35,1%, responden yang menjawab setuju sebanyak 42 responden dengan persentase 54,5%, responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 6 responden dengan persentase 7,8%, sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab hanya 2 responden dengan persentase 2,6%, dan sangat tidak setuju 0%.

4) Hasil jawaban dari responden berdasarkan indikator Afektif

Afektif yang dimaksud adalah perasaan siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar dalam menggunakan media sosial Instagram

Tabel 4.12
Indikator Afektif 1

Saya senang menggunakan instagram karena terdapat fitur-fitur yang menarik dibandingkan media sosial lainnya	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	40	51,9%
Setuju	24	31,2%
Ragu-ragu	13	16,9%

Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat bahwa responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 40 responden dengan persentase 51,9%, responden yang menjawab setuju sebanyak 24 responden dengan persentase 31,2%, responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 13 responden dengan persentase 16,9%, sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab hanya 0%, dan sangat tidak setuju 0%.

Tabel 4.13
Indikator Afektif 2

Saya menggunakan media sosial instagram untuk berkomunikasi dengan pengguna yang lain	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	3	3,9%
Setuju	22	22,1%
Ragu-ragu	32	41,6%
Tidak Setuju	17	28,6%
Sangat Tidak Setuju	3	3,9%
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat bahwa responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 3 responden dengan persentase 3,9%, responden yang menjawab setuju sebanyak 17 responden dengan persentase 22,1%, responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 32 responden dengan persentase 41,6%, sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab sebanyak 22 responden dengan persentase 28,6%, dan sangat tidak setuju yang menjawab sebanyak 3 responden dengan persentase 3,9%.

Tabel 4.14
Indikator Afektif 3

Saya termotivasi menggunakan instagram untuk mengupload foto saya	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	18	23,4%
Setuju	39	50,6%
Ragu-ragu	13	16,9%
Tidak Setuju	7	9,1%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat bahwa responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 18 responden dengan persentase 23,4%, responden yang menjawab setuju sebanyak 39 responden dengan persentase 50,6%, responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 13 responden dengan persentase 16,9%, sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab sebanyak 7 responden dengan persentase 9,1%, dan sangat tidak setuju 0%.

Tabel 4.15
Indikator Afektif 4

Saya menggunakan media sosial instagram untuk saling kenal mengenal	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	53	68,8%
Setuju	18	23,4%
Ragu-ragu	6	7,8%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat bahwa responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 53 responden dengan persentase 68,8%, responden yang menjawab setuju sebanyak 18 responden dengan persentase 23,4%, responden yang menjawab ragu-ragu

sebanyak 6 responden dengan persentase 7,8%, sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab sebanyak 0%, dan sangat tidak setuju 0%.

b. Variabel Y (Eksistensi Diri)

Penelitian ini yang menjadi variabel terikat atau variabel dependen yaitu Eksistensi Diri. Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Pernyataan yang digunakan dalam variabel terikat yaitu skala liker untuk pilihan jawaban.

Penilaian variabel Eksistensi Diri dalam penelitian ini terdiri atas 10 pernyataan. Berikut uraian dari pernyataan-pernyataan yang telah dijawab oleh responden:

1) Hasil jawaban dari responden berdasarkan indikator Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri yang dimaksud adalah meningkatnya percaya diri siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar dalam menggunakan media sosial instagram.

Tabel 4.16
Indikator Kepercayaan Diri 1

Tingkat kepercayaan diri saya meningkat setelah mengunggah foto di akun instagram saya	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	21	27,3%
Setuju	32	41,6%
Ragu-ragu	15	19,5%
Tidak Setuju	8	10,4%
Sangat Tidak Setuju	1	1,3%
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini maka dapat dilihat responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 21 responden dengan persentase 27,3%, responden yang menjawab setuju sebanyak 32 responden dengan persentase 41,6%, responden yang menjawab ragu-ragu 15

responden dengan persentase 19,5%, sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab 8 responden dengan persentase 10,4%, dan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan persentase 1,3%.

Tabel 4.17
Indikator Kepercayaan Diri 2

Saya mengunggah foto diri saya di instagram untuk diakui banyak orang	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	31	40,3%
Setuju	22	28,6%
Ragu-ragu	8	10,4%
Tidak Setuju	15	19,5%
Sangat Tidak Setuju	1	1,3%
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini maka dapat dilihat responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 31 responden dengan persentase 40,3%, responden yang menjawab setuju sebanyak 22 responden dengan persentase 28,6%, responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 8 responden dengan persentase 10,4%, sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab sebanyak 15 responden dengan persentase 19,5% dan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan persentase 1,3%.

Tabel 4.18
Indikator Kepercayaan Diri 3

Semakin banyak saya unggah foto saya di instagram semakin banyak yang like	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	17	22,1%
Setuju	36	46,8%
Ragu-ragu	14	18,2%
Tidak Setuju	10	13,0%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 17 responden dengan persentase 22,1%, responden yang menjawab setuju sebanyak 36 responden dengan persentase 46,8%, responden yang menjawab ragu-ragu 14 responden dengan persentase 18,2%, sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab sebanyak 10 responden dengan persentase 13,0% dan sangat tidak setuju 0%.

2) Hasil jawaban dari responden berdasarkan indikator Kepuasan

Kepuasan yang dimaksud adalah keinginan siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar untuk memperoleh kepuasan dari dirinya sendiri dalam menggunakan media sosial Instagram.

Tabel 4.19
Indikator Kepuasan 1

Saya merasa senang setelah foto yang saya unggah mendapatkan banyak like dan komentar yang banyak	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	31	40,3%
Setuju	31	40,3%
Ragu-ragu	13	16,9%
Tidak Setuju	1	1,3%
Sangat Tidak Setuju	1	1,3%
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 31 responden dengan persentase 40,3%, responden yang menjawab setuju sebanyak 31 responden dengan persentase 40,3%, responden yang menjawab ragu-ragu 13 responden dengan persentase 16,9% sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab sebanyak 1 responden dengan persentase 1,3% dan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan persentase 1,3%.

Tabel 4.20
Indikator Kepuasan 2

Saya mendapatkan banyak teman baru setelah menggunakan instagram	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	47	61,0%
Setuju	16	20,8%
Ragu-ragu	10	13,0%
Tidak Setuju	4	5,2%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 47 responden dengan persentase 61,0%, responden yang menjawab setuju sebanyak 16 responden dengan persentase 20,8%, responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 10 responden dengan persentase 13,0%, sedangkan pilihan tidak setuju yang menjawab 4 responden dengan persentase 5,2% dan sangat tidak setuju 0%.

Tabel 4.21
Indikator Kepuasan 3

Saya mengunggah foto di instagram dan membuat caption/text semenarik mungkin agar mendapatkan jumlah like dan komentar yang banyak dari pengguna lain	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	30	39,0%
Setuju	29	37,7%
Ragu-ragu	12	15,6%
Tidak Setuju	5	6,5%
Sangat Tidak Setuju	1	1,3%
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 30 responden dengan persentase 39,0%, responden yang menjawab setuju sebanyak 29 responden dengan persentase 37,7%, responden yang menjawab ragu-ragu 12 responden dengan persentase 15,6% sedangkan pilihan tidak setuju yang

menjawab 5 responden dengan persentase 6,5% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan persentase 1,3%.

3) Hasil jawaban dari responden berdasarkan indikator Ketenaran/popularitas

Ketenaran/popularitas yang dimaksud adalah merasa tenar/terkenal dalam menggunakan media sosial instagram saat mengunggah foto/video untuk mendapatkan like.

Tabel 4.22
Indikator Ketenaran/popularitas 1

Saya merasa dikenal oleh pengguna instagram lain setelah saya mengunggah foto	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	28	36,4%
Setuju	31	40,3%
Ragu-ragu	11	14,3%
Tidak Setuju	7	9,1%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 28 responden dengan persentase 36,4%, responden yang menjawab setuju sebanyak 31 responden dengan persentase 40,3%, responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 11 responden dengan persentase 14,3%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 responden dengan persentase 9,1% dan sangat tidak setuju 0%.

Tabel 4.23
Indikator Ketenaran/popularitas2

Setiap hari saya mengunggah foto di akun instagram saya agar selalu terlihat di dunia maya	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	9	11,7%
Setuju	34	44,2%
Ragu-ragu	8	10,4%
Tidak Setuju	20	26,0%

Sangat Tidak Setuju	6	7,8%
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 9 responden dengan persentase 11,7%, responden yang menjawab setuju sebanyak 34 responden dengan persentase 44,2%, responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 8 responden dengan persentase 10,4% responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 20 responden dengan persentase 26,0%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 6 dengan persentase 7,8%.

4) Hasil jawaban dari responden berdasarkan indikator Mengikuti Gaya Trend

Mengikuti gaya trend yang dimaksud adalah mengikuti gaya trend zaman sekarang dalam mengunggah foto di media sosial instagram.

Tabel 4.24

Indikator Mengikuti Gaya Trend 1

Setiap mengunggah foto saya mengikuti gaya idola di instagram	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	4	5,2%
Setuju	3	3,9%
Ragu-ragu	32	41,6%
Tidak Setuju	30	39,0%
Sangat Tidak Setuju	8	10,4%
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 4 responden dengan persentase 5,2%, responden yang menjawab setuju sebanyak 3 responden dengan persentase 3,9%, yang menjawab ragu-ragu 32 responden dengan persentase 41,6%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 30 responden dengan persentase 39,0%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju 8 responden dengan persentase 10,4%.

Tabel 4.25

Indikator Mengikuti Gaya Trend 2

Saya selalu mengunggah foto di instagram dengan mengenakan pakaian/barang yang bagus agar penampilan saya terlihat menarik	Frekuensi	Presentase %
Sangat Setuju	29	37,7%
Setuju	26	33,8%
Ragu-ragu	11	14,3%
Tidak Setuju	11	14,3%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan 77 responden di atas dari penelitian ini, maka dapat dilihat responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 29 responden dengan persentase 37,7%, responden yang menjawab setuju sebanyak 26 responden dengan persentase 33,8%, responden yang menjawab ragu-ragu sebanyak 11 responden dengan persentase 14,3%, sedangkan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 11 responden dengan persentase 14,3%, dan sangat tidak setuju 0%.

C. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji koefisien determinasi dan uji statistik t.

1. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan instagram terhadap bentuk eksistensi diri.

Tabel 4.26
Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,759 ^a	,575	,570	4,98630
a. Predictors: (Constant), Penggunaan Instagram				

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel output SPSS model summary uji regresi linear sederhana di atas, dapat diketahui bahwa nilai pada koefisien determinasi (R Square) atau R^2 adalah sebesar 0,575. Besarnya nilai koefisien determinasi (R Square) adalah 0,575 atau sama dengan 57,5% ($KD = 0,575 \times 100\% = 57,5\%$). Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 57,5%. Sedangkan sisanya 42,5% ($100\% - 57,5\% = 42,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian yang tidak diteliti.

2. Uji Statistik t

Untuk mengetahui variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen, maka digunakan uji t. Dalam uji t, dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

a. Perumusan Hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap eksistensi diri siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar.

H_a : Terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap eksistensi diri siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar.

b. Menentukan Nilai t tabel

untuk menentukan nilai ttabel maka dilakukan dengan menggunakan rumus $df = n$ (jumlah sampel) – k (jumlah variabel).

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ &= 77 - 2 \\ &= 75 \end{aligned}$$

Maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1.992 dengan nilai signifikansi 5%

c. Mencari nilai t hitung

Nilai thitung dapat dilihat pada tabel 4.27 sebesar 10,082

Tolak ukur penerimaan atau penolakan H_0 adalah sebagai berikut :

H_0 diterima dan H_a ditolak jika t hitung lebih kecil dari t tabel.

H_0 ditolak dan H_a diterima jika t hitung lebih besar dari t tabel.

Tabel 4.27

Uji Hipotesis

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11,467	4,928		-2,327	,023
	Penggunaan Instagram	,932	,092	,759	10,082	,000

a. Dependent Variable: Eksistensi Diri

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Dari hasil uji hipotesis di atas, dapat diketahui nilai t hitung penggunaan instagram (10,082) > t tabel (1.992) pada taraf signifikan (0,05) adalah signifikansi 5%. Dari hasil tersebut dapat diketahui H_0 ditolak dan H_a diterima artinya signifikan. Jadi, hasil uji hipotesis di atas menunjukkan bahwa penggunaan instagram berpengaruh terhadap bentuk eksistensi diri siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar.

D. Pembahasan

1. Faktor yang mendorong siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar dalam menggunakan media sosial instagram terhadap bentuk eksistensi diri

Terdapat beberapa faktor yang mendorong siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar dalam menggunakan media sosial instagram terhadap bentuk eksistensi diri yaitu faktor kepercayaan diri, tingkat kepercayaan dirinya semakin meningkat saat mereka mengunggah foto, banyak memilih setuju yaitu 32 orang

(416%), percaya diri pada saat mereka mengunggah foto untuk diakui banyak orang, banyak memilih sangat setuju yaitu 31 orang (40,3%), percaya diri bahwa semakin banyak mereka mengunggah foto semakin banyak yang like, banyak memilih setuju sebanyak 36 orang (46,8%). Faktor kepuasan, puas saat menggunakan media sosial instagram, banyak memilih sangat setuju dan setuju yaitu 31 orang (40,3%), merasa puas karena banyak yang like foto mereka, banyak memilih sangat setuju yaitu 30 orang (39,0%), mereka juga puas karena memiliki banyak teman, banyak memilih sangat setuju yaitu 47 orang (61,0%). Faktor ketenaran/populer, mereka menggunakan media sosial instagram agar mereka terkenal, banyak memilih setuju yaitu 31 orang (40,3%), agar selalu terlihat di dunia maya, banyak memilih setuju yaitu 34 orang (44,2%). Faktor mengikuti gaya trend, mengikuti gaya idola, banyak memilih ragu-ragu yaitu 32 orang (41,6%), mengunggah foto dengan mengenakan pakaian atau barang yang bagus, banyak memilih sangat setuju yaitu 29 orang (37,7%).

Dari keempat faktor di atas banyaknya yang memilih setuju terdapat pada faktor ketenaran/populer pada indikator mereka menggunakan media sosial instagram agar selalu terlihat di dunia maya sebanyak 34 orang (44,2%). Pada tingkat setuju ini dapat diartikan bahwa mayoritas responden sepakat terhadap pernyataan tersebut.

2. Besar pengaruh penggunaan instagram terhadap bentuk eksistensi diri siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar

Besarnya pengaruh penggunaan instagram terhadap bentuk eksistensi diri dapat dilihat pada tabel model summary yaitu besarnya nilai koefisien determinasi (R Square) atau R^2 adalah 0,575 atau sama dengan 57,5%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel X (penggunaan instagram) berpengaruh terhadap variabel Y (eksistensi diri) sebesar 57,5%. 0,575 sama dengan 57,5%

besarnya nilai koefisien determinasi adalah kuadrat dari koefisien korelasi (R^2). Koefisien ini disebut koefisien penentu, karena varian yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varian yang terjadi pada variabel independen. Artinya 57,5% eksistensi diri responden merupakan sumbangsih dari variabel penggunaan instagram. Sedangkan sisanya 42,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian yang tidak diteliti.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications* (model penggunaan dan pemenuhan) yang dimana teori ini menjelaskan tentang khalayak dianggap secara aktif dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa setiap khalayak aktif dalam menggunakan salah satu media sosial yaitu media sosial instagram, mereka mencari apa yang mereka inginkan pada media untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini dapat dianggap bahwa media sosial merupakan salah satu faktor yang dapat mendukung khalayak dalam memenuhi kebutuhannya yang diinginkan. Siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar yang menjadi khalayak dalam penelitian ini menggunakan media sosial instagram sebagai pilihan dalam memenuhi kebutuhannya.

Kebutuhannya dalam menggunakan media sosial instagram yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integratif personal, kebutuhan intergratif sosial, kebutuhan pelepasan ketegangan. Kebutuhan kognitif, dalam menggunakan media sosial instagram, keinginanya untuk mengetahui beragam hal yang terdapat dalam media sosial dapat terpenuhi dengan melihat konten-konten yang ada di dalamnya. Kebutuhan efektif, mereka menggunakan media sosial instagram untuk memuaskan batinnya sendiri karena dengan menggunakan instagram mereka bebas dalam berekspresi. Kebutuhan integratif personal,

mereka menggunakan media sosial instagram karena mereka ingin orang lain tahu tentang identitasnya sendiri seperti apa. Melalui akun instagramnya mereka menunjukkan sosok dan kepribadiannya yang mereka miliki dengan cara mengunggah foto mereka. Kebutuhan integratif sosial, mereka menggunakan instagram karena mereka ingin berkomunikasi dan membagikan ceritanya melalui akun instagram miliknya. Selain itu, melalui akun instagram mereka bisa mempunyai banyak teman baru. Kebutuhan pelepasan ketegangan, mereka dapat menggunakan media sosial instagram sebagai tempat mencari hiburan untuk melepaskan ketegangan mereka dengan cara mencari konten-konten menarik atau lucu yang dapat membuat mereka tertawa.

3. Pada Ayat QS. Al-Qashash ayat 77:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا
يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Terjemahnya :

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan. (Q.S Al-Qashash: 77).

Mengacu kepada Al-Qur'an yang terdapat pada Qur'an Surah Al-Qashash ayat 77 menjelaskan mengenai eksistensi manusia, dalam ayat tersebut menjelaskan tentang keseimbangan hidup, manusia sebagai makhluk sosial terdapat berbagai hasrat dan keinginan yang diinginkan sebagai kenikmatan dunia agar kebutuhannya tercapai. Hasrat dan keinginan tersebut tidak dilarang untuk mendapatkan kenikmatan dari Allah atas kebutuhannya. Namun, dengan

nikmat duniawi dalam memenuhi kebutuhan itu yang diberikan kepada Allah SWT sampai lupa beribadah kepada sang pemberi nikmat yaitu Allah SWT.

Hirarki kebutuhan manusia menurut Abraham Maslow yang mengacu kepada Al-Qur'an Surah Al-Qashash dalam penelitian ini yaitu merujuk pada kebutuhan aktualisasi diri yaitu keinginan untuk memperoleh kepuasan pada dirinya sendiri untuk memenuhi kebutuhannya dan bebas dalam melakukan apa saja dengan potensi yang dimilikinya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan mengenai “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Bentuk Eksistensi Diri Siswa Siswi SMA Negeri 10 Makassar”, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat beberapa faktor yang mendorong siswa siswi SMA Negeri 10 dalam menggunakan media sosial instagram terhadap bentuk eksistensi diri yaitu faktor kepercayaan diri, tingkat kepercayaan dirinya semakin meningkat saat mereka mengunggah foto di akun media sosial instagramnya, percaya diri pada saat mereka mengunggah foto untuk diakui banyak orang, percaya diri bahwa semakin banyak mereka mengunggah foto semakin banyak yang like. Faktor kepuasan, saat menggunakan media sosial instagram, mereka merasa puas karena banyak yang like foto mereka dari pengguna instagram lain, puas karena memiliki banyak teman. Faktor ketenaran/populer, mereka menggunakan media sosial instagram agar mereka dikenal oleh pengguna lainnya dan agar selalu terlihat di dunia maya. Faktor mengikuti gaya trend zaman sekarang dengan cara mengikuti gaya idola mereka dan mengenakan pakaian atau barang yang bagus agar terlihat menarik saat mengunggah foto mereka di instagram.
2. Besarnya pengaruh penggunaan instagram terhadap bentuk eksistensi diri dapat dilihat pada tabel model summary yaitu besarnya nilai koefisien determinasi (R^2 Square) atau R^2 adalah 0,575 atau sama dengan 57,5%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel X (penggunaan instagram) berpengaruh terhadap variabel Y (eksistensi diri) sebesar 57,5%. Artinya

57,5% eksistensi diri responden merupakan sumbangsih dari variabel penggunaan instagram. Sedangkan sisanya 42,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian yang tidak diteliti.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, implikasi yang dapat diperoleh yaitu sebagai berikut:

1. Zaman sekarang merupakan zaman modern, seperti yang diketahui bahwa media sosial adalah media untuk dijadikan berkomunikasi, yang dimana sudah menjadi kebiasaan masyarakat khususnya remaja yang ada di Indonesia. Media sosial menjadikan siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar lupa waktu dan selalu ingin terlihat menarik di dunia maya saat menggunakan media sosial khususnya media sosial instagram. Untuk siswa siswi SMA Negeri 10 Makassar gunakanlah media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi sesama pengguna media sosial bukan hanya untuk menjadikan media sosial sebagai untuk eksis di dunia maya agar selalu terlihat menarik.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menganalisa lebih mendalam lagi mengenai pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap bentuk eksistensi diri karena masih banyak yang dapat digali dan diteliti dari pengaruh penggunaan instagram tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, Rivan. *Sejarah dan Perkembangan Aplikasi Sosial Media Instagram*. <https://www.gudangilmukomputer.com/2015/12/sejarah-danperkembangan-aplikasi-sosial-media-instagram.html?m=1> (diakses pada 13 Desember 2015).
- Alfedha, Arantika. "Implikasi Trend Fashion Bagi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung". *Skripsi*. Jurusan: Pendidikan Agama Islam. 2018.
- Alifiain. "Perkembangan Aplikasi Social Photo Sharing Instagram". <http://blog.ub.ac.id/alifiainformatika/2013/09/23perkembangan-aplikasi-social-photo-sharing-Instagram/> (diakses 25 November 2016 pukul 14:20).
- Almunawwar. "Ketakwaan Sosial di Media Sosial Untuk Lebih Membangun Karakter Bersosial". <http://www.almunawwar.or.id/ketakwaan-sosial-di-media-sosial-untuk-lebih-membangun-karakter-bersosial/>
- Armawi, Armaidy. *Eksistensi Manusia Dalam Filsafat Sören Kierkegaard*. Jurnal Filsafat. Vol. 21 No. 1, April 2011.
- Bagus, Lorens. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Dagun, Save M. *Filsafat Eksistensialisme*. cet. Pertama. Jakarta: Rineka Cipta. 1990.
- Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Pelita III, 1979/1980.
- Errika Dwi Setya Watie. *Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)*. The Messenger. Vol. III No. 1. Edisi Juli 2011.
- Fatoni, Uwes Asep Mugni. *Peran Kelompok Rujukan Dalam Meningkatkan Popularitas Mubaligh*. Jurnal Al-Bayan. Vol. 24 No. 1 Januari – Juni 2018.
- Fauji, Siti. "Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Pada Siswa-Siswi SMA Wachid Hasyim 1 Surabaya". *Skripsi*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya. 2018.

- Fitriawati, Dini & Maya Retnasary. *Eksistensi Diri Youtuber "Joneshood"*. Jurnal Signal Unswagati Cirebon. Bndung. Vol. 6. No. 1. 2018.
- Franedya, Roy. CNBC Indonesia. *Revolusi Instagram, dari Dark Mode Hingga Fitur Baru Stories*.
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191011060409-37-106101/revolusi-instagram-dari-dark-mode-hingga-fitur-baru-stories/1> (diakses 11 oktober 2019, pukul 06:25).
- Hamzah, Tari Ummu. "*Media Sosial: Selfi, Unjuk Diri, atau Eksistensi?*",
<http://m.voa-islam.com/news/smart-teen/2019/09/29/60306/media-sosialselfiunjuk-diriatau-eksistensi> (diakses, 30/09/2019).
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa. Edisi Keempat. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2008.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers. 2014.
- Miskahuddin. *Pengaruh Internet Terhadap Penurunan Minat Belajar Mahasiswa*. Jurnal Mudarrisuna. Vol. 7 No. 2. Juli-Desember 2017.
- Nasrullah, Rulli. *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*, Jakarta: Prenadamedia Group. 2014.
- . *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2017.
- Nurdin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2007.
- . *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers. 2015.
- Nurudin. *Media Sosial Baru Dan Memunculkan Revolusi Proses Komunikasi*. Yogyakarta: DPPM DIKTI. 2012.
- Okezone. "*Penggunaan Instagram di Indonesia Terbanyak 89 Persen*".
<http://m.okezone.com/real/2016-1/14/2017/1288332/pengguna-instagram-diindonesia-terbanyak-89persen>, (diakses pada 11/2/2017 pukul 2:44 WIB).
- Oktavia, Dwi Ajeng Rindayu. "*Motif Penggunaan Swafoto Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Dalam Akun Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa*

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)”. *Skripsi*. Surabaya: FISIP Untag Surabaya.

Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing. 2008.

PS, Alboin Leonard. “Penggunaan Media Sosial Sebagai Eksistensi Diri (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Untuk Eksistensi Diri pada Mahasiswa FISIP UNS Tahun Ajaran 2015/2016”. *Skripsi*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta. 2016.

Rieski, Baskara Dwi. “Vespa Extreme Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Scooterist Extreme.”. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama). 2019.

Sabekti, Ria. “Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial (Jejaring Sosial) Dengan Kecenderungan Narsisme dan Aktualisasi Diri Remaja Akhir”. *Skripsi*. Universitas Airlangga Surabaya, 2019.

Sakti, Bulan Cahya & Much Yulianto. “Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja”. *Skripsi*. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas di Ponegoro. 2013.

Salbino, Sherief. *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*. Jakarta: Kunci Komunikasi. 2014.

Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama. 2017.

Sikumbang, Ahmad Tamrin, *Teori Komunikasi: Pendekatan, Kerangka Analisis dan Perspektif*, Jurnal Analitica Islamica, Vol. 6 No.1 Januari-Juni. 2017.

Susanta, Edhy. *Komunikasi Data & Jaringan Komputer*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2005.

Sudaryono. *Metodologi Penelitian Sosial*. Depok: PT. RajaGrafindo: Persada. 2017.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2017.

Supardi. *Statistik Penelitian Pendidikan: Perhitungan, Penyajian, Penjelasan, Penafsiran, dan Penarikan Kesimpulan*. Depok: Rajawali Pers. 2017.

- Syarief, Fauzi. *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisis Wacana Twitter SBY)*. Jurnal Komunikasi. Vol. VIII No. 3. September 2017.
- Syam, Asrullah, Amri, *Pengaruh Kepercayaan Diri (Self Confidence), Prestasi Belajar*, Jurnal Blotek, Vol. 5, No. 1 Juni 2017.
- Tamburaka, Apriadi. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Kalayak Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2013.
- Tafsirweb. “*Quran Surat Al-Qasas Ayat 77*”. <https://tafsirweb.com/7127-quran-surat-al-qasas-ayat-77.html>
- Unde, Andi Alimuddin. *Televisi & Masyarakat Pluralistik*. Jakarta: Prenada. 2014.
- Vera, Nawiroh. *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2016.
- W, Smith H. *What Matters Hal Yang Paling Utama*. Jakarta: Binarupa Aksara. 2003.
- Wiryanto. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Garsindo. 2000.
- Wolff, Hanadian Nurhayati. “*Pengguna Instagram Indonesia 2021 menurut kelompok usia*”. 18 Mei 2021. <https://www.statista.com/statistics/1078350/share-of-instagram-users-by-age-indonesia/>
- Yanuarita, Intan dan Wiranto. *Mengenal Media Sosial agar Tak Menyesal*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. 2018.
- Zukria. “*Dampak Positif dan Negatif Sosial Media*”. <http://kindiboy.wordpress.com/> diakses pada 07 Oktober 2018.
- Zuriah, Nurul. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2006.



KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya Mujiati Safar mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2016 saat ini sedang melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Eksistensi Diri Siswa Siswi SMA Negeri 10 Makassar”. Oleh karena itu, diharapkan siswa-siswi SMAN 10 Makassar mohon kesediaannya untuk mengisi dan menjawab pernyataan kuesioner dari penelitian ini. Jawaban saudara/i sangat peneliti butuhkan agar dapat menyelesaikan skripsi yang menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Terima kasih atas partisipasinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

DAFTAR KUESIONER

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Kelas :
4. Jenis Kelamin : ☐ Perempuan ☐ Laki-laki

II. Daftar Pernyataan

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Isilah kuesioner dibawah ini dengan memberi tanda checklist (√) pada jawaban yang anda pilih.

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

RG = Ragu-ragu

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

1. Variabel X (Pengaruh Penggunaan Instagram)

a. Durasi

No.	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Saya selalu membuka aplikasi instagram lebih dari sekali dalam satu hari					
2.	Dalam satu hari, saya bisa membuka aplikasi instagram selama 2 jam atau lebih					

b. Frekuensi

No.	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Saya mengunggah foto lebih dari sekali dalam satu hari					
2.	Saya lebih suka mengunggah foto dibandingkan mengunggah video di Instagram					
3.	Saya suka like foto orang lain di Instagram					

c. Kognitif

No	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Dengan menggunakan instagram saya dapat mengetahui berbagai jenis fitur-fitur yang ada di Instagram agar foto saya terlihat menarik untuk di upload di Instagram					
2.	Saya yakin bahwa Instagram merupakan media					

	sosial yang bagus digunakan untuk mengupload foto					
3.	Setelah menggunakan instagram, saya dapat mengetahui detail tentang Instagram					
4.	Instagram merupakan kebutuhan yang sangat penting yang dapat memenuhi kebutuhan saya seperti kebutuhan informasi (referensi makanan, tempat wisata, dsb)					

d. Afektif

No.	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Saya senang menggunakan instagram karena terdapat fitur-fitur yang menarik dibandingkan media sosial lainnya					
2.	Saya menggunakan media sosial instagram untuk berkomunikasi dengan pengguna yang lain					
3.	Saya termotivasi menggunakan Instagram untuk mengupload foto saya					
4.	Saya menggunakan media sosial instagram untuk saling kenal mengenal dan untuk memiliki banyak teman					

2. Variabel Y (Eksistensi Diri)

a. Kepercayaan Diri

N0.	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Tingkat kepercayaan diri saya semakin meningkat setelah mengunggah foto di akun Instagram saya					
2.	Saya mengunggah foto diri saya di Instagram untuk diakui banyak orang					
3.	Semakin banyak saya unggah foto saya di instagram semakin banyak yang like					

b. Kepuasan

N0.	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Saya merasa senang setelah foto yang saya unggah mendapatkan banyak like dan komentar yang banyak					
2.	Saya mendapatkan banyak teman baru setelah menggunakan Instagram					
3.	Saya mengunggah foto di Instagram dan membuat caption/text semenarik mungkin agar mendapatkan jumlah like dan komentar yang banyak dari pengguna lain					

c. Ketenaran/popularitas

N0.	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Saya merasa dikenal oleh pengguna instagram lain setelah saya mengunggah foto					
2.	Setiap hari saya mengunggah foto di akun instagram saya agar selalu terlihat di dunia maya					

d. Mengikuti Gaya Trend

N0.	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Setiap mengunggah foto saya mengikuti gaya idola di instagram					
2.	Saya selalu mengunggah foto di instagram dengan mengenakan pakaian/barang yang bagus agar penampilan saya terlihat menarik					

Daftar Penilaian Angket

No. Item	Bobot Penilaian				
	5 Sangat Setuju	4 Setuju	3 Ragu-ragu	2 Tidak Setuju	1 Sangat Tidak setuju
Item 1	5	4	3	2	1
Item 2	5	4	3	2	1
Item 3	5	4	3	2	1
Item 4	5	4	3	2	1
Item 5	5	4	3	2	1
Item 6	5	4	3	2	1
Item 7	5	4	3	2	1
Item 8	5	4	3	2	1
Item 9	5	4	3	2	1
Item 10	5	4	3	2	1
Item 11	5	4	3	2	1
Item 12	5	4	3	2	1
Item 13	5	4	3	2	1
Item 14	5	4	3	2	1
Item 15	5	4	3	2	1
Item 16	5	4	3	2	1
Item 17	5	4	3	2	1
Item 18	5	4	3	2	1

Item 19	5	4	3	2	1
Item 20	5	4	3	2	1
Item 21	5	4	3	2	1
Item 22	5	4	3	2	1
Item 23	5	4	3	2	1



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
 M A K A S S A R

Hasil Tabel Tabulasi Kuesioner

Subjek	P/L	Umur	Kelas	Penggunaan Instagram (Variabel X)													Jumlah	Eksistensi Diri (Variabel Y)										Jumlah
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Sub 1	P	16	XI MIPA 3	4	2	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4	3	46	3	1	3	3	3	4	3	2	3	3	28
Sub 2	P	16	XI MIPA 3	5	5	1	2	4	3	5	5	4	4	3	2	4	47	1	2	2	3	3	3	2	1	1	3	21
Sub 3	L	17	XI MIPA 3	4	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	39	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	27
Sub 4	P	16	XI MIPA 2	4	4	1	4	3	4	4	5	5	5	2	3	4	48	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	37
Sub 5	P	16	XI MIPA 4	4	3	2	2	3	4	3	3	4	4	2	3	4	41	2	2	2	1	3	1	2	2	1	2	18
Sub 6	P	17	XI MIPA 4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	61	2	5	2	4	5	5	4	1	5	4	37
Sub 7	P	17	XI MIPA 4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	60	2	5	2	4	5	5	4	1	5	4	37
Sub 8	P	17	XI MIPA 4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	61	5	2	4	2	5	5	2	2	5	5	37
Sub 9	P	16	XI MIPA 4	4	2	4	3	3	3	4	3	4	4	3	2	4	43	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	29
Sub 10	P	17	XI MIPA 3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	55	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	26
Sub 11	P	16	XI MIPA 1	3	2	2	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	38	3	2	2	4	4	2	4	2	2	2	27
Sub 12	P	17	XI MIPA 2	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	62	4	3	4	5	5	5	5	4	3	3	41
Sub 13	P	16	XI IPS 3	5	5	5	1	3	3	3	5	4	4	3	3	3	47	2	2	2	3	4	2	3	1	2	2	23
Sub 14	P	16	XI MIPA 2	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	3	2	4	56	3	3	4	5	4	4	4	2	3	3	35
Sub 15	P	17	XI MIPA 2	5	2	4	5	4	3	5	5	5	5	4	3	5	55	3	2	3	4	3	2	4	2	3	2	28
Sub 16	P	16	XI MIPA 2	4	2	4	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	44	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	22
Sub 17	P	16	XI MIPA 3	4	2	2	5	3	4	3	4	4	3	4	3	4	45	2	2	2	3	4	3	4	2	2	2	26
Sub 18	L	16	XI MIPA 3	5	5	3	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	56	4	3	3	5	5	4	3	2	3	4	36
Sub 19	P	17	XI MIPA 3	4	3	4	4	3	5	4	5	4	4	3	4	5	52	4	5	4	3	5	4	5	3	3	5	41
Sub 20	P	16	XI MIPA 4	4	3	2	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	47	3	4	3	5	4	3	3	2	3	3	33
Sub 21	P	16	XI MIPA 3	5	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	45	3	2	3	4	4	3	4	2	3	4	32
Sub 22	L	17	XI MIPA 2	4	4	3	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	56	5	4	4	5	5	4	4	5	3	4	43

Sub 23	L	17	XI MIPA 3	5	2	3	4	4	5	5	4	3	5	3	4	5	52	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	43
Sub 24	P	16	XI IPS 2	3	2	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	47	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	28
Sub 25	P	17	XI IPS 2	3	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	49	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	28
Sub 26	P	17	XI MIPA 4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	3	2	2	4	41	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3	31
Sub 27	L	17	XI MIPA 5	4	4	3	4	3	5	4	5	4	4	3	3	5	51	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	42
Sub 28	L	17	XI MIPA 5	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	2	4	5	53	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	41
Sub 29	L	17	XI MIPA 5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3	3	4	5	53	5	5	4	4	5	4	5	4	3	4	43
Sub 30	L	16	XI MIPA 2	5	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	53	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4	43
Sub 31	L	17	XI IPS 3	5	4	3	4	4	5	3	5	4	4	2	4	5	52	4	5	4	5	4	4	5	5	2	5	43
Sub 32	P	17	XI IPS 2	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	3	3	4	53	3	3	3	5	3	3	3	2	3	4	32
Sub 33	L	16	XI IPS 3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	50	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
Sub 34	L	16	XI IPS 3	4	4	4	5	4	4	3	5	4	3	2	4	5	51	5	5	4	4	4	5	5	4	2	4	42
Sub 35	L	17	XI IPS 3	5	4	3	5	4	5	3	5	4	3	2	4	5	52	5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	44
Sub 36	L	17	XI IPS 3	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5	2	4	5	54	5	5	5	4	5	5	4	5	2	4	44
Sub 37	L	16	XI IPS 3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	57	4	4	4	5	5	5	4	4	2	5	42
Sub 38	L	16	XI IPS 3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	3	5	5	55	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	42
Sub 39	P	16	XI IPS 2	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	5	56	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	43
Sub 40	P	16	XI IPS 2	5	4	3	5	4	5	4	4	4	5	3	5	5	56	4	5	4	4	5	5	5	4	3	5	44
Sub 41	P	16	XI IPS 2	5	4	3	5	4	5	4	5	5	5	2	5	5	57	4	5	4	5	5	4	5	4	2	4	42
Sub 42	P	16	XI IPS 2	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	5	58	4	5	4	5	5	4	5	4	3	5	44
Sub 43	P	17	XI IPS 2	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	2	4	5	55	4	5	4	5	5	4	5	5	2	5	44
Sub 44	L	17	XI IPS 1	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	58	5	5	4	5	5	4	5	4	2	4	43
Sub 45	L	16	XI IPS 1	4	4	3	5	4	5	3	4	5	5	2	5	5	54	4	4	5	4	5	4	5	5	2	3	41
Sub 46	L	17	XI IPS 1	4	3	4	5	4	5	5	4	5	3	3	5	5	55	4	5	4	4	5	4	5	4	1	5	41
Sub 47	L	17	XI IPS 1	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	2	4	5	54	5	5	5	4	5	4	5	4	1	5	43
Sub 48	L	17	XI IPS 1	5	3	4	5	4	5	4	5	5	5	2	5	5	57	4	5	5	4	5	5	4	4	1	5	42

Sub 49	P	16	XI IPS 1	5	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	57	4	5	4	5	5	4	5	4	2	5	43
Sub 50	P	16	XI IPS 1	5	4	3	4	4	5	5	5	4	5	3	5	5	57	4	4	5	4	5	5	5	3	2	5	42
Sub 51	P	16	XI IPS 1	5	4	2	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	57	5	5	5	5	5	4	5	4	2	5	45
Sub 52	P	17	XI IPS 1	5	3	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	58	5	4	5	4	5	4	4	3	2	5	41
Sub 53	P	16	XI IPS 1	5	4	3	5	4	5	5	3	4	5	1	4	5	53	5	5	4	5	5	5	4	5	2	5	45
Sub 54	P	16	XI MIPA 6	4	4	3	5	4	5	5	5	4	5	2	4	5	55	4	5	4	5	5	4	4	4	2	4	41
Sub 55	P	17	XI MIPA 6	5	3	4	5	4	5	4	5	5	5	2	3	5	55	5	4	5	4	5	4	4	3	2	5	41
Sub 56	P	17	XI MIPA 6	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	2	5	5	56	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	45
Sub 57	P	17	XI MIPA 6	4	4	3	5	4	5	5	5	4	5	2	5	5	56	4	4	4	5	5	5	5	4	2	5	43
Sub 58	L	17	XI MIPA 3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	57	4	3	3	4	5	5	4	4	2	3	37
Sub 59	P	16	XI MIPA 2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	61	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	45
Sub 60	P	16	XI MIPA 3	5	5	2	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	47	2	2	3	4	2	3	2	1	1	2	22
Sub 61	L	16	XI MIPA 6	2	3	4	3	2	2	4	2	2	3	2	2	3	34	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	21
Sub 62	P	16	XI MIPA 4	5	5	3	5	4	5	5	4	4	5	3	5	5	58	5	5	4	5	5	5	4	1	3	4	41
Sub 63	P	17	XI MIPA 3	4	5	2	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5	57	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	43
Sub 64	P	17	XI MIPA 7	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	62	4	4	4	5	4	5	5	4	3	5	43
Sub 65	L	17	XI MIPA 1	3	2	2	3	4	2	2	3	4	3	2	2	4	36	2	2	2	4	2	3	2	2	1	2	22
Sub 66	P	17	XI MIPA 5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	60	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
Sub 67	P	16	XI MIPA 1	5	5	2	3	4	5	4	4	4	4	3	4	5	52	4	3	4	5	5	5	5	4	3	4	42
Sub 68	P	16	XI MIPA 4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	2	3	5	53	4	5	4	5	5	4	4	5	2	4	42
Sub 69	P	16	XI MIPA 4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	55	4	4	4	5	5	4	5	4	2	4	41
Sub 70	P	17	XI MIPA 4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	1	4	5	52	4	5	5	4	5	5	5	4	2	4	43
Sub 71	L	16	XI MIPA 4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	5	3	4	5	55	4	5	5	4	5	4	4	4	2	5	42
Sub 72	L	17	XI MIPA 4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	5	59	4	5	4	5	5	5	4	3	3	5	43
Sub 73	L	17	XI MIPA 4	5	4	2	5	4	5	4	5	5	4	3	5	5	56	4	5	5	4	5	5	4	3	3	5	43
Sub 74	L	17	XI MIPA 4	5	4	3	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	58	4	4	5	4	5	5	5	3	1	5	41

Sub 75	L	17	XI MIPA 4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	2	5	5	58	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	44
Sub 76	L	17	XI MIPA 4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	60	4	5	4	4	5	5	5	4	3	5	44
Sub 77	L	17	XI MIPA 4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	58	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	46

Validation

Correlations															
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X.TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,483**	,026	,281*	,549**	,534**	,348**	,383**	,480**	,468**	,075	,344**	,404**	,652**
	Sig. (2-tailed)		,000	,825	,013	,000	,000	,002	,001	,000	,000	,516	,002	,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.2	Pearson Correlation	,483**	1	-,067	,264*	,498**	,427**	,408**	,353**	,458**	,534**	,069	,339**	,309**	,636**
	Sig. (2-tailed)	,000		,560	,020	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,551	,003	,006	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.3	Pearson Correlation	,026	-,067	1	,160	,070	,142	,112	,143	-,035	,056	,060	,040	,044	,252*
	Sig. (2-tailed)	,825	,560		,164	,545	,218	,332	,215	,759	,630	,607	,727	,702	,027
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.4	Pearson Correlation	,281*	,264*	,160	1	,392**	,614**	,373**	,397**	,372**	,456**	-,001	,562**	,686**	,706**
	Sig. (2-tailed)	,013	,020	,164		,000	,000	,001	,000	,001	,000	,991	,000	,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.5	Pearson Correlation	,549**	,498**	,070	,392**	1	,482**	,412**	,291*	,478**	,481**	,136	,309**	,332**	,662**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,545	,000		,000	,000	,010	,000	,000	,237	,006	,003	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.6	Pearson Correlation	,534**	,427**	,142	,614**	,482**	1	,389**	,491**	,438**	,522**	,053	,655**	,747**	,810**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,218	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,649	,000	,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.7	Pearson Correlation	,348**	,408**	,112	,373**	,412**	,389**	1	,252*	,226*	,584**	,249*	,323**	,344**	,626**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,332	,001	,000	,000		,027	,048	,000	,029	,004	,002	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.8	Pearson Correlation	,383**	,353**	,143	,397**	,291*	,491**	,252*	1	,513**	,384**	,057	,394**	,466**	,638**
	Sig. (2-tailed)	,001	,002	,215	,000	,010	,000	,027		,000	,001	,621	,000	,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.9	Pearson Correlation	,480**	,458**	-,035	,372**	,478**	,438**	,226*	,513**	1	,473**	-,019	,344**	,465**	,630**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,759	,001	,000	,000	,048	,000		,000	,873	,002	,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.10	Pearson Correlation	,468**	,534**	,056	,456**	,481**	,522**	,584**	,384**	,473**	1	,072	,401**	,510**	,735**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,630	,000	,000	,000	,000	,001	,000		,535	,000	,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.11	Pearson Correlation	,075	,069	,060	-,001	,136	,053	,249*	,057	-,019	,072	1	,057	-,091	,236*
	Sig. (2-tailed)	,516	,551	,607	,991	,237	,649	,029	,621	,873	,535		,624	,433	,039
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.12	Pearson Correlation	,344**	,339**	,040	,562**	,309**	,655**	,323**	,394**	,344**	,401**	,057	1	,584**	,679**
	Sig. (2-tailed)	,002	,003	,727	,000	,006	,000	,004	,000	,002	,000	,624		,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X1.13	Pearson Correlation	,404**	,309**	,044	,686**	,332**	,747**	,344**	,466**	,465**	,510**	-,091	,584**	1	,714**
	Sig. (2-tailed)	,000	,006	,702	,000	,003	,000	,002	,000	,000	,000	,433	,000		,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
X.TOTAL	Pearson Correlation	,652**	,636**	,252*	,706**	,662**	,810**	,626**	,638**	,630**	,735**	,236*	,679**	,714**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,027	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,039	,000	,000	

	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).															
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).															

Correlations													
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y.TOTAL	
Y1.1	Pearson Correlation	1	,608**	,805**	,456**	,674**	,603**	,587**	,702**	,145	,674**	,826**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,210	,000	,000	
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	
Y1.2	Pearson Correlation	,608**	1	,647**	,545**	,722**	,641**	,703**	,646**	,101	,735**	,846**	
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,380	,000	,000	
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	
Y1.3	Pearson Correlation	,805**	,647**	1	,443**	,656**	,640**	,651**	,706**	,004	,748**	,834**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,972	,000	,000	
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	
Y1.4	Pearson Correlation	,456**	,545**	,443**	1	,465**	,501**	,553**	,513**	,149	,497**	,666**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,195	,000	,000	
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	
Y1.5	Pearson Correlation	,674**	,722**	,656**	,465**	1	,696**	,712**	,590**	,192	,714**	,843**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,095	,000	,000	
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	
Y1.6	Pearson Correlation	,603**	,641**	,640**	,501**	,696**	1	,579**	,533**	,358**	,731**	,823**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,001	,000	,000	

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan :

1. Laki-laki
2. Perempuan

GENDER					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	29	37,7	37,7	37,7
	2,00	48	62,3	62,3	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

Deskripsi Variabel X

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,3	1,3	1,3
	3,00	5	6,5	6,5	7,8
	4,00	25	32,5	32,5	40,3
	5,00	46	59,7	59,7	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	11	14,3	14,3	14,3
	3,00	16	20,8	20,8	35,1
	4,00	35	45,5	45,5	80,5
	5,00	15	19,5	19,5	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	2,6	2,6	2,6
	2,00	11	14,3	14,3	16,9
	3,00	28	36,4	36,4	53,2
	4,00	26	33,8	33,8	87,0
	5,00	10	13,0	13,0	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,3	1,3	1,3
	2,00	3	3,9	3,9	5,2
	3,00	14	18,2	18,2	23,4
	4,00	22	28,6	28,6	51,9
	5,00	37	48,1	48,1	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

X1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,3	1,3	1,3
	3,00	13	16,9	16,9	18,2
	4,00	51	66,2	66,2	84,4
	5,00	12	15,6	15,6	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

X1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	3,9	3,9	3,9
	3,00	5	6,5	6,5	10,4
	4,00	14	18,2	18,2	28,6
	5,00	55	71,4	71,4	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

X1.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,3	1,3	1,3
	3,00	9	11,7	11,7	13,0
	4,00	36	46,8	46,8	59,7
	5,00	31	40,3	40,3	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

X1.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,3	1,3	1,3
	3,00	9	11,7	11,7	13,0
	4,00	26	33,8	33,8	46,8
	5,00	41	53,2	53,2	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

X1.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	2,6	2,6	2,6
	3,00	6	7,8	7,8	10,4
	4,00	42	54,5	54,5	64,9
	5,00	27	35,1	35,1	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

X1.10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	13	16,9	16,9	16,9
	4,00	24	31,2	31,2	48,1
	5,00	40	51,9	51,9	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

X1.11					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	3,9	3,9	3,9
	2,00	22	28,6	28,6	32,5
	3,00	32	41,6	41,6	74,0
	4,00	17	22,1	22,1	96,1
	5,00	3	3,9	3,9	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

X1.12					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	7	9,1	9,1	9,1
	3,00	13	16,9	16,9	26,0
	4,00	39	50,6	50,6	76,6
	5,00	18	23,4	23,4	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

X1.13					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	6	7,8	7,8	7,8
	4,00	18	23,4	23,4	31,2
	5,00	53	68,8	68,8	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

Deskripsi Variabel Y

Y1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,3	1,3	1,3
	2,00	8	10,4	10,4	11,7
	3,00	15	19,5	19,5	31,2
	4,00	32	41,6	41,6	72,7
	5,00	21	27,3	27,3	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

Y1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,3	1,3	1,3
	2,00	15	19,5	19,5	20,8
	3,00	8	10,4	10,4	31,2
	4,00	22	28,6	28,6	59,7
	5,00	31	40,3	40,3	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

Y1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	10	13,0	13,0	13,0
	3,00	14	18,2	18,2	31,2
	4,00	36	46,8	46,8	77,9
	5,00	17	22,1	22,1	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

Y1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,3	1,3	1,3
	2,00	1	1,3	1,3	2,6
	3,00	13	16,9	16,9	19,5
	4,00	31	40,3	40,3	59,7
	5,00	31	40,3	40,3	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

Y1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	5,2	5,2	5,2
	3,00	10	13,0	13,0	18,2
	4,00	16	20,8	20,8	39,0
	5,00	47	61,0	61,0	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Y1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,3	1,3	1,3
	2,00	5	6,5	6,5	7,8
	3,00	12	15,6	15,6	23,4
	4,00	29	37,7	37,7	61,0
	5,00	30	39,0	39,0	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

Y1.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	7	9,1	9,1	9,1
	3,00	11	14,3	14,3	23,4
	4,00	31	40,3	40,3	63,6
	5,00	28	36,4	36,4	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

Y1.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	6	7,8	7,8	7,8
	2,00	20	26,0	26,0	33,8
	3,00	8	10,4	10,4	44,2
	4,00	34	44,2	44,2	88,3
	5,00	9	11,7	11,7	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

Y1.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	8	10,4	10,4	10,4
	2,00	30	39,0	39,0	49,4
	3,00	32	41,6	41,6	90,9
	4,00	3	3,9	3,9	94,8
	5,00	4	5,2	5,2	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

Y1.10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	11	14,3	14,3	14,3
	3,00	11	14,3	14,3	28,6
	4,00	26	33,8	33,8	62,3
	5,00	29	37,7	37,7	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

Reliability

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.847	13

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Subjek1	48.4675	33.279	0.582	0.833
Subjek2	49.2727	31.754	0.531	0.835
Subjek3	49.5714	36.222	0.097	0.868
Subjek4	48.7922	30.877	0.614	0.829
Subjek5	49.0130	33.645	0.600	0.833
Subjek6	48.4026	31.059	0.759	0.820
Subjek7	48.7143	33.286	0.548	0.834
Subjek8	48.5844	32.983	0.557	0.833
Subjek9	48.7532	33.346	0.554	0.834
Subjek10	48.6234	32.001	0.670	0.826
Subjek11	50.0390	36.485	0.092	0.866
Subjek12	49.0909	31.742	0.591	0.830
subjek13	48.3636	33.129	0.658	0.829

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.919	10

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Subjek1	34.0519	46.313	0.777	0.906
Subjek2	34.0130	43.960	0.791	0.905
Subjek3	34.1039	46.752	0.789	0.905
Subjek4	33.7143	49.917	0.596	0.916
Subjek5	33.5065	47.016	0.803	0.905
SUbjek6	33.8182	46.651	0.775	0.906
Subjek7	33.8442	47.081	0.763	0.907
Subjek8	34.6234	44.790	0.722	0.909
Subjek9	35.3377	54.727	0.161	0.937
Subjek10	33.9351	45.114	0.820	0.903

Regression

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11,467	4,928		-2,327	,023
	Penggunaan Instagram	,932	,092	,759	10,082	,000

a. Dependent Variable: Eksistensi Diri

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,759 ^a	,575	,570	4,98630

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Instagram

RIWAYAT HIDUP



Mujiati Safar, lahir di Makassar pada tanggal 30 Mei 1997. Anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Safaruddin dan Ibu Lawiyah. Mempunyai dua orang kakak. Penulis menempuh jenjang pendidikan pada Sekolah Dasar di SD Inpres Tamangapa Kec. Manggala Kota Makassar pada tahun 2003 sampai tahun 2009. Penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 17 Makassar pada tahun 2009 sampai tahun 2012. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 10 Makassar pada tahun 2012 sampai tahun 2015. Pada tahun 2015 penulis belum melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi. Pada tahun 2016 Alhamdulillah penulis mendapatkan rezeki untuk melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi yaitu di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar (UINAM) pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Strata satu (S1), penulis sangat bersyukur karena masih di berikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi setelah sempat vakum selama satu tahun. Insya Allah pada tahun 2021 akan menyelesaikan studi sekaligus menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).